

المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنايئة

قسم بحوث
الاتصال الجماهيري والثقافة



قسم بحوث
المجتمعات الريفية والصحراوية

مستقبل القرية المصرية
فعاليات بناء الاتصال
في القرية المصرية

الواقع والتصور المستقبلي

التقرير الثانى

الدكتور عبدالفتاح عبدالنبي

القاهرة

١٩٩٥

المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنايئة

قسم بحوث
الاتصال الجماهيري والثقافة



قسم بحوث
المجتمعات الريفية والصراوية

مستقبل القرية المصرية
فعاليات بناء الاتصال
فى القرية المصرية

الواقع والتصور المستقبلى

التقرير الثانى

الدكتور عبدالفتاح عبدالنبي

القاهرة

١٩٩٥

تصدير

يسعدنا أن نقدم اليوم - فى إطار ذلك المشروع البحثى "مستقبل القرية المصرية" الذى يتبناه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجناينة - إلى المتخصصين والمخططين وواضعى السياسات الإعلامية ، عملا متميزا يستهدف استشراف الأفق المستقبلى لفاعلية بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وذلك من خلال تحليل علمى وإمبيريقى لواقع بناء الاتصال فى القرية المصرية من ناحية ، وطرح للتصورات المستقبلية من ناحية أخرى .

وينطوى العمل على مقدمة منهجية ومدخل وأربعة فصول : يختص الفصل الأول بقراءة نقدية وتحليلية للبحوث الإعلامية فى القرية المصرية ، وي طرح الفصل الثانى الإطار المنهجى للبحث ، ويعالج الفصل الثالث بناء الاتصال فى القرية المصرية من واقع الدراسة الميدانية ، أما الفصل الرابع فيكرس لمناقشة النتائج وتصور الآفاق المستقبلية .

ويكشف هذا العمل العلمى عن جهد متميز قام به فريق البحث المركزى وفرقه الفرعية تحت إشراف الأستاذة الدكتورة نادية سالم ، التى لم تال جهدا فى متابعة هذا العمل حتى خرج بهذه الصورة المتميزة .

ونحن إذ نشكر هيئة البحث بقيادة الأستاذة الدكتورة نادية سالم والأستاذ الدكتور خليل صابات مستشار البحث ، لايسعنا إلا أن نعترف بالفضل للمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجناينة ، ذلك الصرح القومى للبحث الاجتماعى الذى يتبنى دائما بكل الدعم والرعاية المشروعات البحثية الكبرى التى تخدم مختلف القضايا الوطنية والقومية ، رصدًا وتحليلًا ، وبحثًا .

المشرف على مجموعة بحوث

مستقبل القرية المصرية

محمود عودة

أعضاء هيئة البحث

هيئة البحث

مشرفاً	الأستاذة الدكتورة نادية سالم
مستشاراً للبحث	الأستاذ الدكتور خليل صابات
عضواً	الدكتورة ليلي عبد المجيد
عضواً وقام بكتابة التقرير	الدكتور عبد الفتاح عبد النبي
عضواً وسكرتيراً فنياً عام ١٩٩٠	سوسن فايد
عضواً	عزة صديقي
عضواً وسكرتيراً فنياً	نازك عاشور
وقامت بالأعمال الإحصائية	

فريق توثيق الدراسات السابقة

الدكتور عاطف العبد
الدكتور عبد الفتاح عبد النبي
أحمد محمود
سيد بخيت

فريق الدراسة الميدانية

الدكتور عبد الفتاح عبد النبى	قاما بالتدريب وأشرقا على التطبيق الميدانى
نازج عاشور	
محمد الضبيح	قاما بالمراجعة المكتبية ومراجعة البيانات
أيمن عباس	
عزة صديق	
عبد الرحمن أحمد	
أشرف حامد	
منال زكريا	
وفاء قواد	
أيمن البحيرى	
حسن عبد الفتاح	
أمانى رمضان	

المحتويات

الصفحة	
١	تصدير
ج	اعضاء هيئة البحث
ط	مقدمة البحث
س	مدخل
١	الفصل الاول : البحوث الإعلامية فى القرية المصرية "قراءة نقدية"
١	مقدمة
٢	أهداف الدراسة
٣	منهج الدراسة وأدواتها
٤	أولا : طبيعة البحوث الإعلامية فى القرية المصرية
٩	ثانيا : مجالات اهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية المصرية
١٩	ثالثا : الأساليب المنهجية المستخدمة
٣١	رابعا : نتائج البحوث الإعلامية بالقرية المصرية
٥١	خامسا : الموقف البحثى والبحث الراهـمـن
٦٥	الفصل الثانى : الإطار المنهجى للبحث
٦٥	أولا : التوجه النظرى والمنهجى
٧٠	ثانيا : أهداف العمل الميدانى
٧٢	ثالثا : المفاهيم الأساسية

الصفحة

٧٥	رابعاً : منهج البحث وأدواته
٨١	خامساً : مجالات الدراسة
١٠١	الفصل الثالث : بناء الاتصال في القرية المصرية "نتائج الدراسة الميدانية"
١٠١	أولاً : حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال
١٧٢	ثانياً : فعالية أنماط الاتصال المختلفة في القرية المصرية
١٩٩	ثالثاً : التأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام في القرية المصرية
٢١٧	الفصل الرابع : مناقشة النتائج والتصور المستقبلي
٢١٧	أولاً : مناقشة النتائج
٢٤٨	ثانياً : التصور المستقبلي
٢٥١	الملاحق
٢٥٣	الملحق رقم (١) : قائمة ببليوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية المصرية
٢٦٣	الملحق رقم (٢) : نموذج لاستمارة بحث بناء الاتصال في القرية المصرية
٣٠١	الملحق رقم (٣) : الجداول الارتباطية

مقدمة البحث

هذا التقرير هو التقرير الثانى فى إطار سلسلة تقارير بحث البناء الاتصالى بالقرية المصرية المنبثق من البحث الكبير "مستقبل القرية المصرية" . ويقوم بحث البناء الاتصالى على ثلاثة محاور أساسية : المحور الأول يتضمن قضايا القرية المصرية فى وسائل الاتصال الجماهيرى ، والمحور الثانى يتعلق بوصف وتشخيص مكونات البناء الاتصالى بالقرية المصرية وتحديد فعالياته على أرض الواقع . أما المحور الثالث فيهتم بتحليل السياسات الإعلامية والخطاب العام الموجه إلى القطاع الريفى .

ولقد روعى فى التخطيط لبحث البناء الاتصالى بالقرية المصرية ، البدء بإجراء مراجعة نقدية للبحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت بالقرية المصرية على امتداد الحقب الماضية ، وقد ساعد ذلك فى تدعيم الرؤية النظرية والمنهجية لهذا البحث وفى تطويره لهذه الدراسات . وقد تمثل هذا التطوير فى :

١ - النظرة التكاملية لجمل النشاط الاتصالى فى القرية المصرية عوضاً عن النظرة الجزئية التى تهتم بأداة أو وسيلة واحدة أو حتى عدة وسائل ، حيث يهتم بحث البناء الاتصالى بأنواع : التليفزيون ، والراديو ، والجرائد ، والمجلات القومية ، والإذاعات المحلية ، والتسجيل ، والفديو ، وكذا قنوات الاتصال الجمعى ، والشخصى بالقرية . ومثل هذا الشمول فى التفاعل مع النشاط الاتصالى ، لا يساعد فقط على تدعيم القدرة على تحديد مراكز

وأنوار كل وسيلة إعلامية فى مجتمع القرية ، ولكن أيضا فى فهم مدى التكامل أو التنافر فى مكونات البناء الاتصالي ، وبالأذات العلاقة بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى .

٢ - التعدد المنهجى للبحث بوصف وتحليل مكونات وفاعليات البناء الاتصالي فى القرية يتضمن تحليل محتوى المضامين الريفية الموجهة إلى القطاع الريفى على مستوى قنوات الاتصال الجماهيرى المركزية والمحلية (التقرير الأول) .
والدراسة الحقلية التى تهدف إلى وصف مكونات البناء الاتصالي وتحديد فاعلياته ودوره فى مجمل التغيرات التى تشهدها القرية المصرية . ويعتمد البحث - لرفع بيانات واقعية حول هذه الجوانب - على استمارة البحث والملاحظة المباشرة ، والمقابلة ، وجلسات الاستماع ، ودراسة الحالة ، والأسلوب المقارن فى تكامل منهجى متنسق وشمول أهداف البحث واتساع نطاقه .

٣ - يتجه البحث فى دراسته للسلوك الاتصالي وتحديد فاعليات أدوات الاتصال بأنواعها المختلفة إلى تجاوز التركيز على آراء واتجاهات البحوث نحو كل وسيلة اتصالية إلى التعرف على معارف المبحوث وتصوراتهم إزاء كل وسيلة وقدراته الفعلية على استخدام هذه الوسيلة أو توظيفها .

٤ - الاهتمام بدراسة التأثيرات القيمية لأجهزة الاتصال فى القرية المصرية ، ومحاولة تحديد علاقة هذه الأجهزة بما طرأ من تغيرات على قيم العمل والاتجار والاستهلاك والاندثار ، والتعليم ، والأرض ، والهجرة ، والعلاقات العائلية.

ويهدف التقرير الثانى تحديدا إلى :

أ - وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد مكونات

هذه البنية والتغيرات التي طرأت عليها ، والعوامل الفاعلة في هذا المجال .

ب - الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء التغيرات الجديدة بالقرية المصرية .

ج - الوقوف على مدى تطفل وسائل الاتصال الجماهيرى بالقرية ، وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالقرية ، وأسلوب تعامل القرويين مع هذه الوسائل ، ورؤيتهم لها أو درجة اعتمادهم عليها ، وتحديد قدرة كل نمط اتصالي على تلبية احتياجات القرويين من المعارف والمعلومات .

د - تحديد علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمة التي حدثت بالقرية المصرية ووضع تصور مستقبلى لبناء الاتصال بالقرية المصرية على ضوء البدائل المختلفة .

وكان من أبرز ما يلفت النظر فى نتائج الدراسات الميدانية هو أنه على الرغم من الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية ، وانبهار القرويين بهذه الأجهزة ، والسعى خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات لحيازتها والتعرض المكثف لها ، فإن موجة هذا الانبهار قد انكسرت حديثها فى المرحلة الحالية بعوامل شتى ، يأتى على رأسها المشغولية وضيق وقت الفراغ ، وانحصار دائرة اهتمام غالبية القرويين فى تدبير قوت يومهم ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية ، وانفصال جل مضمون هذه الأجهزة عن واقع الحياة ومجريات التغير فى القرية المصرية ، وتجاهل الاحتياجات الإعلامية الجديدة التى تفرضها مجريات هذا التغير . وحدث تغير واضح فى حجم وسلوك تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، ويميل هذا التغير فى اتجاه التعرض السلبي ومحدودية

وقت التعرض ، والاكتفاء بالتوظيف الترفيهى لهذه الأجهزة ، "والفرجة" على ممارسات الصفوة لكون التفاعل مع هذه المضامين .

وقد ساعدت أجهزة الإعلام ، وبالذات الإعلانات التليفزيونية ، فى تدعيم النزعة الاستهلاكية لدى القرويين ، فقد زوبت هذه الإعلانات القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية ، التى لم تكن مألوفة من قبل فى القرية المصرية ، وأصبح العديد منهم يستطيع ترديد أسماء الكثير من الأطعمة والمشروبات التى باتت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع القرويين ، وبالذات الأطفال خصوصا مع توفرها بمحلات القرية . كما زادت معارف النساء القرويات من خلال إعلانات التليفزيون بالكثير من أنواع البرفانات ، والصابون ، والشامبو ، وأصبح البعض منهن يستخدمنها بالفعل ، ويتجهن إلى شرائها ، خصوصا فى حفلات الزواج والمناسبات السعيدة . ومع ذلك ، تبقى العديد من السلع والأجهزة الاستهلاكية وأصناف المأكولات الفاخرة التى ترد فى الإعلانات وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها ، ويكتفون فى ذلك بالمشاهدة التى تصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحقد الاجتماعى .

وقد أظهر البحث المركز الضعيف للإذاعات المحلية فى بناء الاتصال . وكان حجم تعرض عينة البحث للإذاعات المحلية التى تعمل بمحافظتى البحث وهما : إذاعة وسط الدلتا ، وشمال الصعيد ، لا يتجاوز (٩٦٪) من إجمالى أفراد عينة البحث ، وهو أمر يتناقض مع العديد من الكتابات التى تفرط فى الحديث عن الدور البالغ الذى تلعبه الإذاعات المحلية بالقرية المصرية . وكان ذلك على ما يبدو يفعل المشغولية ، وفى اهتمام القرويين بمضامينها ، وضعف الإرسال ... الخ .

ومع ضعف ارتباط القرويين بأجهزة الاتصال الجماهيرى ، أو درجة اعتمادهم عليها ، وانخفاض فاعليتها فى مجتمع القرية ، إلا أن هناك استمرارية

من جانب القرويين في التمسك بهذه الأجهزة ، وعدم القدرة على الاستغناء عنها ، والتعبير عن ذلك في أى حوار يجرى معهم حولها ، وذلك بسبب وظيفتها الترفيهية من ناحية ، وباعتبارها مصدرا متاحا لإلزام القروى - إذا أراد - بمجريات الأحداث بالمجتمع خارج نطاق قريته والإحاطة بممارسة النخبة من ناحية أخرى .

وأكد البحث صعوبة وضع ترتيب ثابت لمراكز وأدوار أنماط الاتصال المختلفة في مجتمع القرية في الوقت الراهن ، حيث يرتبط ذلك بطبيعة الموضوعات المطروحة . وبصفة عامة كلما كان الموضوع محليا ويرتبط بتصميم حياة القرويين تزايدت فعاليات وأدوار قنوات الاتصال الشخصي في ترويج المعلومات ، مع التمييز بين مصادر هذه القنوات أيضا طبقا لطبيعة المجال أو الموضوع . أما إذا كان الموضوع عاما أو قوميا فتتزايد فعاليات قنوات الاتصال الجماهيري ، حيث تلعب هذه القنوات دورها في تزويد القرويين بالمعارف حول الأحداث القومية أو العالمية ، إما مباشرة ، أو من خلال تغذية قنوات الاتصال الشخصي بها لكي تقوم القنوات الأخيرة بترويجها تبعا لطبيعة الحدث ، مع تميز نسبي لجهاز التليفزيون في الوقت الحالى على بقية قنوات الاتصال الجماهير الأخرى .

كما أشار البحث إلى الدور التديعيمي الكبير الذى لعبته أجهزة الإعلام فيما طرأ من تغيرات على قيم الأرض والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والاندثار والتضامن العائلى ، وتفاوت تأثيراتها على هذه القيم بتفاوت طبيعة كل منها . ومع ذلك ، فإن معظم التأثيرات في هذا المجال تنحصر في الجوانب المعرفية لى السلوكية ، وحيث تقف عقبات كثيرة أمام توظيف المعارف المكتسبة على شكليتها أو محدوديتها في نضيا الواقع . الأمر الذى يؤكد تراجع التأثير الفعلى الذى تلعبه قنوات الاتصال الجماهيرى على السلوك العملى للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تديعيمي أكثر منه تغييرى من فى مجتمع القرية .

وخلص البحث إلى حقيقة مؤداها أن علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ستظل محدودة ، وسيظل النظام الاتصالي يعاني من العجز والقصور في تلبية احتياجات القرويين ، ما لم يتم التصدير الحقيقي للقضايا والمشكلات الهيكلية التي تعاني منها حاليا القرية المصرية ، ومراعاة مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، والعمل على إقامة نسق للاتصال الجماهيري المحلى يعمل بالتعاون والتنسيق مع قنوات الاتصال الشخصى ، فى إطار خطة تنموية متكاملة ، مع تعديل التوجهات السلبية لرجال الإعلام نحو الريف ، ودعم ارتباطهم بالقرية المصرية وتعاملهم مع مشاكلها ومجريات التغيير بها .

وأخيرا أتوجه بالشكر لكل من ساهم بجهد أو رأى فى إعداد وتنفيذ هذا التقرير .

المشرفة على بحث
البناء الاتصالي فى القرية المصرية

نايبة سياليم

مبخل

عاشبت القرية المصرية خلال الحقب الأخيرة تغيرات واسعة النطاق شملت مختلف مجالات الحياة بالقرية المصرية ، وذلك فى أعقاب حرب أكتوبر ١٩٧٣ ، وإعلان الدولة عن تبنى سياسة الانفتاح الاقتصادى ، والهجرة العمالية للخارج ، والإخذ - بصفة عامة - بالأسلوب الرأسمالى فى الإدارة والحكم ، فقد انعكست هذه السياسات على مجمل الأوضاع فى القرية ، ودفعت بها فى اتجاه التغيير المكثف . فلم يعد يخفى على المتجول فى شوارع القرية المصرية ما حدث من تغيير واضح فى الشكل الفيزيقي للقرية من حيث نمط المسكن وشكل المبانى والمواد المستخدمة فى البناء وعدد الغرف واستخداماتها ، وأثاث المنزل ، والمرافق المتوافرة فيه وغيرها . كذلك فى طبيعة الطرق المؤدية إلى القرى ، ووسائل المواصلات المستخدمة ، وحركة الانتقال بين القرى وبينها وبين المناطق الحضرية ، وانفتاح القرية على العالم الخارجى بصفة عامة .

كما يلاحظ المراقب تغيرات واضحة - أيضا - فى طبيعة الأنشطة الإنتاجية فى القرية المصرية ، وتغير واضح فى التركيب المهنى وسوق العمل واتساع نطاق المهن والحرف والأنشطة غير الزراعية ، وتغير نظم وعلاقات العمل ، ووسائل وأساليب الإنتاج الزراعى ، والتركيب المحصولى ، وأساليب الاستثمار ، ومستويات الدخل ، وأنماط الاستهلاك ، ومستويات المعيشة بصفة عامة .

كما شمل التغيير طبيعة الحياة الاجتماعية ، حيث سار هذا فى اتجاه تفكك نظام القرابة والحياة الجمعية فى القرى ، مع تزايد الميل نحو الفردية والمصلحة فى

العلاقات القروية ، وتغير نظام الزواج ومعاييرهِ والعلاقات والأدوار الزوجية ، وخاصة فى الأنوار التقليدية للمرأة الريفية ، وأساليب تنشئة الأبناء ، ومستويات التعليم ، ونسبة الأمية ، وصور الحراك المهني ، والخدمات الصحية وغيرها . وكذلك ، حدث تغير ملحوظ فى أساليب ومعايير الحراك الاجتماعى والأوضاع الاجتماعية للفئات والجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية ، وذلك مع تزايد أهمية الثروة المنقولة ، وارتفاع مكانة إلمهن والحرف غير الزراعية .

وقد صاحب كل ذلك تغلغل وانتشار أجهزة الاتصال الحديثة من راديو وتليفزيون وصحف وأجهزة تسجيل وفيديو ومكبرات الصوت والتليفون وغيرها فى المناطق الريفية ، بعد أن تزايدت قدرة القرويين على حيازة هذه الأجهزة واستخدامها . وقد أثر ذلك فى طبيعة بناء الاتصال فى القرية من ناحية ، وفى العديد من مكونات البناء الثقافى للقرية ، حيث حملت هذه الأجهزة إلى القرويين العديد من العناصر والقيم والمفاهيم والتصورات التى كانت بلا شك لها دورها فى تدعيم التغيرات الثقافية بالقرية ، وتوسيع نطاقها ، وهو ما نسعى إلى رصده وتحليله من خلال الدراسة الراهنة .

أولاً : الدراسة وأهميتها

فى إطار المخاطر والتحديات التى تعاشها القرية المصرية فى الوقت الراهن والتى تكاد تشمل أبعاد بنية القرية ومكوناتها الديموجرافية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية . وعلى ضوء اهتمام الخطة العامة لبحث مستقبل القرية المصرية ، واهتمامها بالمكون الثقافى . يشير قسم بحوث الاتصال الجماهيرى إلى أهمية التغيرات التى طرأت على بناء الاتصال بالقرية المصرية ، وتأثير ذلك على منظومة القيم ومجموعة المعارف وأنماط الوعي لدى مختلف الجماعات الاجتماعية

بالقرية المصرية .

لقد أشارت الخطة العامة إلى معاناة النسيج الثقافى بالقرية المصرية من التشويش والاضطراب والخلط والصراع ، والذي أثر سلبيا فى العمل المنتج وفى التعليم والتعاون والمزاملة وفى العمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ . ونحن نرى أن هذه المعاناة ، على الرغم من تعدد أسبابها ومسبباتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، فإن لنسق الاتصال دوره الفاعل فيها ، إن لم يكن فى المساهمة فى إحداثها ، ففى تدعيمها وتوسيع نطاقها .

لقد ساعدت التقنيات الحديثة فى مجال الاتصال ووصولها إلى القرية المصرية ، وتزايد قدرة العديد من القرويين على حيازتها واستخدامها ، وكحصار لممارسات وخبرات طويلة من التفاعل مع أجهزة الاتصال الجماهيرى من راديو وصحف وتليفزيون ، وإهمال هذه الأجهزة ، أو ضعف تفاعلها مع احتياجات القرويين الأساسية أدى إلى ظهور ما يمكن أن نسميه ملامح نسق ذاتى للاتصال المحلى بالقرية المصرية تدعمه أدوات شرائط التسجيل ، والفديو ، ومكبرات الصوت ، والتليفون ، ويعمل جنبا إلى جنب مع نسق الاتصال الجماهيرى بنوعيه المركزى والمحلى فى التأثير الثقافى بالقرية . والشئ اللافت للنظر والمقلق هنا ، هو ذلك التناقض وتلك الفجوة الملحوظة والمتزايدة الاتساع التى يلمسها أى مراقب بين كلا النسقين للاتصال الشخصى والجماهيرى داخل القرية المصرية . وعلى مستوى الاتصال الشخصى ، يلاحظ الفجوة بين الاتصال الشخصى الرسمى والاتصال الشخصى الطيبى بين الأفراد أو غير الرسمى ، وهو ما انعكس فى قشل العديد من الحملات الإعلامية لحث القرويين على تبنى ممارسات معينة ، وتزايد الشائعات وأفكار التطرف والعنف على النحو المألوف ، والذي يعانى المجتمع المصرى ، وبالأذات فى المناطق الشعبية والريفية فى الوقت الحاضر .

ومع التناقضات وعدم الانسجام فى بناء الاتصال الراهن فى القرية المصرية ، والأوار المتبانية التى تلعبها مختلف مكونات هذا البناء ، فقد أشارت بعض الدراسات إلى تأثير أجهزة الاتصال ، مع متغيرات أخرى مهمة مثل التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى ، فى تحسين مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، والارتفاع النسبى فى قدرة العديد من الفئات فى القرية عن الاتصال ، وإجراء الحوار وإبداء الرأى فى المسائل المعروضة . كما تساهم هذه الأجهزة فى مجال تنشئة الطفل وتدعيم مكانة المرأة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والتأثير بشدة فى مجال تحول الأنماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية ، وأن الفلاح المصرى عرف من خلال أجهزة الإعلام ، وبالذات إعلاناتها التجارية ومسلسلاتها ، الكثير من المشروبات والأطعمة والمقتنيات وعادات الأكل لم يكن يالفاها ، أو معتادا عليها من قبل . وخلقت ممارسات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ما يطلق عليه البعض ثورة التطلعات لدى القرويين . وهى الثورة التى تدفع بهم حاليا تجاه إعلاء شأن المادة ، والبحث عن الثروة ، وحياسة النقود ، وطلب الهجرة ، وعدم تقبل الواقع ، والسخط على ممارسات أهل المدينة إلى غيرها من التأثيرات السلبية القيمة على النحو الذى أشارت إليه الخطة العامة لبحث مستقبل القرية من قبل .

ويصرف النظر عن التهويل أو التهوين الذى يسود الحديث عن تأثيرات نسق الاتصال بالقرية المصرية ، أو أوجه القصور المنهجى الذى عانت منه - حتى الآن - الدراسات الإعلامية المحلية التى سعت لبحث دور أجهزة الإعلام فى التغيير الثقافى فى مجتمع القرية على النحو الذى أظهره التحليل النقدى الذى قدمته هيئة البحث لهذه الدراسات ، فإن بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، ودوره فى مجتمع القرية ، واتجاهات التغيير فيها ، يستند إلى ضرورة علمية :

نظرية ، ومنهجية ، وإجرائية ، فعلى ضوء تقييم الدراسات الإعلامية السابقة يعد البحث الأول من نوعه من حيث محاولته رصد ملامح هذا البناء وتوصيف مختلف مكوناته ، وتحديد وظائفه وألواره وتأثيراته القيمة فى مجتمع القرية ، ومحاولة استشراف مستقبل هذا البناء على ضوء اتجاهات التغيير الحادثة ، وعلاقة هذا البناء ببقية مكونات بنية القرية المصرية . والبحث بذلك يثير قضايا وتحديات نظرية ومنهجية ، لاشك أن مواجهتها تثرى الخبرة البحثية الإعلامية من ناحية ، وتغضى جانباً مهماً من احتياجات بحث مستقبل القرية ، وهو المطلب الخاص بفهم آليات الاتصال بالقرية المصرية ، وتحليل وتفسير دوره فى اتجاهات التغيير بها .

ويشتمل التقرير فى صورته النهائية على أربعة فصول ، بالإضافة إلى

المقدمة .

الفصل الأول : يتناول البحوث الإعلامية فى القرية المصرية "قراءة نقدية" .

الفصل الثانى : يعرض للإطار المنهجى للبحث .

الفصل الثالث : يعرض معطيات الدراسة الميدانية حول بناء الاتصال فى القرية المصرية .

الفصل الرابع : يناقش التقرير نتائج الدراسة الميدانية والتصور المستقبلى لبناء الاتصال فى القرية المصرية .

وينتهى التقرير بمجموعة ملاحق

الملاحق الأول : قائمة بيلوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية المصرية .

الملاحق الثانى : استمارة بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية .

الملاحق الثالث : الجداول الارتباطية .

الفصل الأول

البحوث الإعلامية في القرية المصرية

"لراءة نقدية"

ملءة

شهد العقدان أو الثلاثة عقود الماضية تزايدا كبيرا فى عدد الدراسات والبحوث الإعلامية التى أجريت على واقع المجتمع المصرى ، وبالذات قطاعه الريفى ، ومع ذلك ظلت الشكوى مستمرة ، وبالذات من جانب المتخصصين والممارسين من فقر البيانات وتباينها ، وعدم توافر مؤشرات واضحة يمكن الاعتماد عليها فى وضع الخطط وتوجيه السياسات الإعلامية ، والانفصال بين نتائج الدراسات الأكاديمية ومعطيات الواقع ومتطلباته الفعلية . وهو مايفرض أهمية وقفة تقييمية لواقع هذه الدراسات وتحديد توجهاتها وإبراز إسهاماتها ، ومدى كفايتها فى توفير قاعدة بيانات تساعد فى فهم وتفسير مختلف جوانب العملية الاتصالية فى المجتمع المصرى .

وفى إطار بحث "بناء الاتصال فى القرية المصرية" الذى يجريه قسم بحوث الاتصال الجماهيرى بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ضمن المشروع الكبير للمركز لدراسة مستقبل القرية المصرية ، رأت هيئة البحث ، أن تقوم بداية وكنقطة انطلاق صحيحة ، إجراء مراجعة نقدية للبحوث والدراسات الإعلامية التى

أجريت حتى مطلع التسعينيات على القرية المصرية ، تكون منطلقا لتعميق الرؤية النظرية للبحث الزاهن حول بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وترشيد إجراءات المنهجية من ناحية ، وبيان أوجه تميز الدراسة الجديدة عن الدراسات السابقة التى أجريت حول القرية المصرية .

وقد بلغ إجمالى عدد البحوث التى تم رصدھا وتوثيقھا وإخضاعھا للفحص والتحليل (١٠٣) أبحاث إعلامية أجريت على القرية المصرية باللغة العربية ، أو كانت القرية المصرية جزءا من اهتمامها . وقد شملت عملية التوثيق جهات متعددة وهى كليات : الإعلام ، والآداب ، والزراعة ، والخدمة الاجتماعية بمختلف جامعات الجمهورية ، واتحاد الإذاعة والتليفزيون ، والمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، وجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ومعهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، والهيئة العامة للاستعلامات ، والمجموعة الاستشارية للشرق الأوسط وغيرها ، من الجهات البحثية ، ونأمل ألا يكون قد سقط خلال عملية التوثيق بحث أو دراسة ذات أهمية فى هذا المجال * .

أهداف الدراسة

تحدد أهداف هذا العمل فى تحقيق الجوانب التالية :

- ١ - إجراء عملية حصر وتوثيق للدراسات والبحوث الإعلامية المحلية التى أجريت على واقع القرية المصرية حتى عام ١٩٩٢ .
- ٢ - الوقوف على طبيعة هذه البحوث ، وتحديد توجهاتها ومجالات اهتمامها .
- ٣ - الوقوف على الأساليب والأنواع المنهجية المتبعة فى البحوث والدراسات الإعلامية ، والتحقق من مدى كفايتها فى تحقيق أهداف هذه البحوث .

* راجع قائمة بيبليوجرافية لهذه الدراسات والبحوث فى نهاية هذا العمل ملحق رقم (١) .

- ٤ - الكشف عن أبرز إسهامات البحوث الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية ، وتحديد جوانب القوة والضعف في البيانات التي توفرها حول واقع العملية الاتصالية بالقرية المصرية .
- ٥ - تحديد الجوانب التي لا تتوافر حولها بيانات واضحة ، وتتطلب جهوداً بحثية جديدة على ضوء ما تم إنجازه حتى عام ١٩٩٢ .
- ٦ - تحديد خصائص البحث الراهن "الاتصال في القرية المصرية" وأوجه الاتفاق أو التمايز بينه وبين الدراسات الإعلامية السابقة التي أجريت على القرية المصرية .

منهج الدراسة وأدواتها

تتبع الدراسة في تحقيق أهدافها ، المدخل الوصفي التحليلي ، وتستخدم هذا بصفة أساسية أسلوب "تحليل المضمون" الذي يهدف إلى توفير بيانات محددة ومصنفة حول كل دراسة من الدراسات التي أجريت على واقع القرية المصرية ، من حيث نوع هذه الدراسة وأهدافها ، ومجالها الزمني والجغرافي ، والأساليب والأدوات المنهجية التي استخدمتها ، وأهم النتائج والمؤشرات التي توصلت إليها . كما تعتمد الدراسة على "المنهج المقارن" وذلك بهدف الوقوف على أوجه الاتفاق أو الاختلاف بين نتائج الدراسات المختلفة موضع التحليل ، وبيان مواضع القوة أو الضعف في كل منها على ضوء ما تسفر عنه نتائج المقارنة بينها .

وفي هذا الإطار تتحدد خطة العرض والتحليل ، حيث نسعى بداية للتعرف على طبيعة البحوث الإعلامية التي أجريت حول القرية المصرية .

ونركز هنا - أساساً - على جوانب مهمة تتعلق بهوية القائمين بها ، ونطاقها الجغرافي ، والفترة الزمنية لإجرائها ، ومجالات الاهتمام التي ركزت

عليها ، ثم تسلط الضوء على الأساليب والأنوات المنهجية التي اتبعتها هذه الدراسات ، وما توصلت إليه من نتائج ، وذلك كله من منظور نقدي تحليلي ، يهدف إلى رصد الواقع الفعلي لهذه الدراسات وإمكانيات تطويره مستقبلا ، حتى يمكن أن تساهم هذه الدراسات بفاعلية فى رسم وتوجيه السياسات الإعلامية فى المجتمع ، وبالأذات قطاعه الريفى . باختصار يتناول هذا العمل مناقشة العناصر التالية:

- ١ - طبيعة البحوث الإعلامية فى القرية المصرية .
- ٢ - مجالات اهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية المصرية .
- ٣ - الأساليب المنهجية المستخدمة .
- ٤ - نتائج البحوث الإعلامية بالقرية المصرية .
- ٥ - الموقف البحثى والبحث الراهن .

أولا : طبيعة البحوث الإعلامية فى القرية المصرية

يتسم الجانب الأكبر من البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية بالطابع الفردى ، أى تلك البحوث التى يجريها أشخاص بمفردهم ، وعلى نفقتهم الخاصة ، بهدف الحصول - فى الأساس - على درجة علمية (ماجستير أو دكتوراه) . فقد بلغ هذا النوع من البحوث (٦٠) بحثا فرديا بنسبة (٥٨,٢٥٪) من إجمالى عدد البحوث والدراسات التى أجريت على القرية المصرية والبالغ عددها (١٠٣) بحوث . وقد بلغت رسائل الماجستير من هذا العدد (٣٢) بحثا ، والدكتوراه (١٨) بحثا ، وستة أبحاث نشرت فى كتب ، وأربعة أخرى قدمت فى المؤتمرات والندوات العلمية والمجلات .

وقد ساهمت كلية الإعلام بجامعة القاهرة بالعدد الأكبر من رسائل الماجستير والدكتوراه ، حيث بلغ عدد الرسائل التي خرجت منها عن القرية المصرية (٣٠) بحثا للماجستير والدكتوراه ، يليها في مرتبة تالية كلية الزراعة بجامعة القاهرة (٧) ثم كلية الآداب بجامعة القاهرة (٣) أبحاث ومعهد الطفولة (بحثان) ، وتوزعت بقية البحوث على كليات الآداب بجامعة عين شمس ، والمنيا ، والزقازيق ، والزراعة بجامعة الأزهر ، والزراعة بجامعة الزقازيق والمنيا ، والاقتصاد والعلوم السياسية ، والخمسة الاجتماعية بمعدل بحث لكل منها .

وتأتى بعد البحوث الفردية البحوث التي أجريت من خلال المجموعات والمراكز البحثية ، وبلغ عدد هذه البحوث (٢١) بحثا بنسبة (٢٨.٣) من إجمالي البحوث الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية ، وتتحدد هذه الجهات فى المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، وجهاز تنظيم الأسرة ، ومعهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، ومركز التدريب على تنمية المجتمع بـسرس الليان ، والمجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، وجامعة الاسكندرية .

ومع القلة النسبية لهذا النوع من البحوث - على أهميته - بالمقارنة بالبحوث الفردية ، إلا أنها فى الواقع أقل بكثير من الناحية الكمية مما هو مطروح أنفا ، إذا نظرنا إليها من ناحية الموضوعات البحثية ، فمثلا ، أجرى معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى عام ١٩٧٩ بحثا حول "بناء الاتصال فى القرية المصرية" شارك فيه فريق مكون من (ستة) باحثين ، تولى كل باحث منهم قرية معينة ، ومع أن البحوث الستة تتور حول موضوع واحد ، وفى فترة زمنية واحدة ، وتهدف إلى دراسة بناء الاتصال فى عدة أنماط من القرى المصرية ، إلا أن دراسة كل باحث خرجت مستقلة ، واعتبرها التوثيق الكمى بحثا مستقلا بذاته .

كذلك ، فقد أجرت المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط بحثاً عام ١٩٨٢ لتتعرف على آراء فئات مختلفة من المشاهدين لبرامج التلفزيون ، وبالذات فئات الكبار والأطفال ، وظهرت كل فئة فى التوثيق بحثاً مستقلاً ، وينصرف الأمر نفسه على البحث الذى أجراه جهاز تنظيم الأسرة بالتعاون مع كلية الإعلام ومنظمة اليونسكو حول استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكانية ، حيث ظهرت دراسة كل عضو فى البحث على قرية معينة وكأنها دراسة خاصة ومستقلة . فإذا أخذنا كل ذلك فى الاعتبار ، فإننا نجد أن البحوث الإعلامية الجماعية التى أجريت على القرية المصرية وأشرفت عليها جهات بحثية معينة ، تشكل نسبة ضئيلة للغاية لم تتجاوز (١٢) بحثاً دارت جميعها حول بناء الاتصال فى القرية عامى (١٩٦٣) و (١٩٧٩) ، والإعلام والمشكلة السكانية ، والإعلام والشباب ، والإعلام والمشاركة السياسية ، وآراء المشاهدين فى برامج التلفزيون ، ودراسة استطلاعية لإذاعة محلية ، وتقويم وسائل الإعلام فى الريف (البرامج الريفية بالإذاعة) والجامعة المفتوحة (استطلاع للرأى حول البرامج التعليمية بالتليفزيون) .

ومع أن اتحاد الإذاعة والتليفزيون يعد جهة بحثية تجرى بحوثاً موسعة يشارك فيها عادة فريق من الباحثين ، إلا أننا ملنا إلى التمييز بين البحوث التى يجريها الاتحاد ، وبين البحوث التى تشرف عليها المراكز والمعاهد البحثية ، بالنظر إلى أن بحوث اتحاد الإذاعة والتليفزيون لها صبغة خاصة حيث تنقسم بالوجرية ، والتمحور حول هدف أساسى يدور حول معدلات التعرض واستطلاع آراء الجمهور فى البرامج التى تبثها أجهزة الإذاعة والتليفزيون ، دون التعرض كثيراً للقضايا والمشكلات الإعلامية أو العقبات التى قد تعترض مجريات العملية الاتصالية فى القرية المصرية ، فضلاً عن أنها بحوث عامة تشمل كلا من الريف والحضر .

وقد بلغ عدد البحوث التي أجراها اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، وبخلت القرية المصرية في نطاقها (٢٢) بحثاً بنسبة (٢١٣٥٪) ، ودارت حول أثر برامج مكافحة الأمية بالراديو (١٩٧٠) والاستماع إلى برامج في الإذاعة (١٩٧٣) ، ومشاهدة التلفزيون (١٩٧٣) وتقييم البرامج الدينية والإذاعة والتلفزيون (١٩٧٩) ، وتقييم برامج تنظيم الأسرة في الإذاعة والتلفزيون (١٩٧٩) ، وتقييم برامج رمضان (١٩٨٢) ، وتقييم برامج الإذاعة والتلفزيون (١٩٧٣) ، واتجاهات الرأي العام نحو برامج الإذاعة والتلفزيون (١٩٨٤) ، وبارومتر الاستماع والمشاهدة عام (١٩٨٥) أو المواد الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون (١٩٨٩) ، والمتنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتلفزيون (١٩٨٩) ، واستطلاع رأى الجمهور حول نشرة التاسعة مساءً في التلفزيون (١٩٩٠) ودور الإذاعة والتلفزيون في التصدي لظاهرة الإدمان بين الشباب (١٩٩٠) ، واستطلاع رأى الشباب حول برامجهم المفضلة (١٩٩١) ، واتجاهات المستمعين والمشاهدين نحو برامج الإذاعة والتلفزيون في مجال التوعية بالمشكلة السكانية (١٩٩٠) .

فإذا انتقلنا إلى المجال الجغرافى للبحوث الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية ، فإننا نجد أن محافظات الوجه البحرى والدلتا بالتحديد ، قد حظيت بالنصيب الأكبر من الدراسات الإعلامية ، وتضاضت - إلى حد كبير - الدراسات التي طبقت على قرى الوجه القبلى . وعلى مستوى محافظات الوجه البحرى ، نجد تمركزاً واضحاً في البحوث الإعلامية ، إذ نجد مثلاً أن قرى محافظات القليوبية ، والغربية ، والمنوفية والشرقية ، على الترتيب ، قد حظيت بالجانب الأكبر من الدراسات الإعلامية التي أجريت في الوجه البحرى ، في حين نجد أن قرى محافظات الجيزة أو الفيوم ، وبني سويف وأسيوط والمنيا ، وقنا ، هي التي حظيت بالدراسات الإعلامية ، دون بقية محافظات الوجه القبلى ، واختفى تماماً

أو كاد وجود أية دراسات أو بحوث ميدانية على المجتمعات البدوية أو المحافظات الثانية .

واللافت للنظر ، أن الجانب الأكبر من البحوث الإعلامية ، اكتفى بتطبيق البحث على قرية واحدة بتكرار (٢٧) بحثا ، وعلى قريتين فى البحث الواحد (١٠) أبحاث ، وثلاث قرى (ستة) أبحاث ، وأربع قرى (خمس) أبحاث ، وخمس قرى فاكتر (أربعة) أبحاث فقط ، ويبلغ عدد البحوث التى جمعت الدراسة فيها كلا من الريف والحضر (٤١) بحثا ، ينتمى معظمها إلى البحوث التى أجراها اتحاد الإذاعة والتلفزيون .

وقد أجرى الجانب الأكبر من البحوث الإعلامية فى القرية المصرية خلال فترة الثمانينيات (٤٩) بحثا بنسبة (٤٧,٥٧٪) من إجمالى هذه البحوث والبالغ عددها (١٠٣) بحوث ، فى حين لم يتجاوز عدد البحوث التى أجريت فى حقبة السبعينيات عن (٤٢) بحثا ، وخلال الفترة ١٩٩٠ / ١٩٩٢ أجرى (١٢) بحثا ، الأمر الذى يشير إلى تزايد اهتمام البحث الإعلامى بالقرية المصرية ، ومع ذلك ، وكما سنوضح فيما بعد ، لم تواكب أبدا هذه البحوث التغيرات التى عايشها المجتمع المصرى بصفة عامة ، والقرية المصرية بصفة خاصة . فقد ظلت البحوث خلال حقبة الثمانينيات ومطلع التسعينيات تطرح نفس القضايا والموضوعات البحثية التى كانت تطرحها فى السبعينيات رغم التباين الشديد ، وعمق التحولات التى عايشها مجتمع القرية فى السنوات الأخيرة ، وبالأذات منذ منتصف الثمانينيات ، بتفاقم الآثار السلبية لسياسات الانفتاح ، واشتداد حدة تيار الهجرة

• توجد دراسة واحدة شملت عينتها شمال سيناء انظر :
عبدى رضا ، سامى الشريف ، علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية الموجهة ، الطباعى
العربى ، ١٩٨٨ .

الريفة العائدة بعد انهيار أسعار النفط في الدول البترولية ، وحرب الخليج ... الخ ، وتأثير ذلك ليست فقط على البناء الاجتماعي داخل القرية المصرية ، لكن على بناء الاتصال ذاته أيضا .

ثانياً : مجالات اهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية المصرية

نعرض هنا لمجالات اهتمام البحوث والدراسات الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية من خلال العنصرين التاليين :

١ - أطراف العملية الاتصالية .

ب - الموضوعات والقضايا البحثية .

١ - أطراف العملية الاتصالية

يهتم البحث الإعلامي بدراسة مختلف الأطراف المشاركة في إتمام عملية الاتصال . فهناك الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال ، والدراسات التي تهتم بدراسة أداة الاتصال ذاتها ، والدراسات التي تعنى بتحليل مضمون الرسائل الإعلامية ، والدراسات الخاصة بالجمهور المتلقى ... الخ . ويدهى أن فهما أفضل لعمليات الاتصال ووظائفه وتأثيره في مجتمع معين كمجتمع القرية لا يتسنى بدون فهم متكامل لكل هذه المجالات ، فإذا أهمل مجال فيها أو تم التركيز على أحدها دون الآخر ، كان ذلك مؤشرا على ضعف البحث الإعلامي في فهم عملية الاتصال وتحليلها في هذا المجتمع .

وتكشف مراجعة التراث المتوافر من البحوث والدراسات الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية أن الجانب الأكبر من هذه البحوث سعى لدراسة كل وسائل الاتصال الجماهيري دفعة واحدة ، ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة .

جدول رقم (١)

اهتمام الدراسات الإعلامية بأدوات الاتصال المختلفة

العدد	%	الأداة
١٨	١٧.٥	الراديو
٢١	٢٠.٤	التلفزيون
٩	٨.٧	الراديو والتلفزيون
٧	٦.٨	المصحف
٢٤	٢٣.١	كل وسائل الاتصال الجماهيرى
٦	٥.٧	الاتصال الشخصى
٨	٧.٨	اخرى
١٠٣	١٠٠	المجموع

وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك (٢٤) بحثاً بنسبة (٢٣.١٪) من إجمالى البحوث التى أجريت على القرية المصرية والبالغ عددها (١٠٣) بحث ، قد اهتم كل منها عند النزول إلى القرية بدراسة أدوات الاتصال المختلفة ، وتحديد الإذاعة والتلفزيون والصحف . ويلى ذلك البحوث التى اهتمت بوسيلة التلفزيون فقط (٢١) بحثاً بنسبة (٢٠.٤٪) ، ثم الراديو (١٨) بحثاً بنسبة (١٧.٥٪) ، والراديو والتلفزيون معا (٩) بحث بنسبة (٨.٧٪) ، والصحف (٧) بحث بنسبة (٦.٨٪) ، فالاتصال الشخصى (٦) بحث وأخرى (٨) بحث بنسبة (٧.٨٪) دارت حول الفيديو ونور الثقافة الجماهيرية ، والسينما والوحدات الإعلامية ، بمعدل بحث أو اثنين لكل منهما .

وواضح من البيانات أن ثمة تركيزاً على وسائل الاتصال الجماهيرى بعامه ، وتضائل الاهتمام بدراسة أساليب الاتصال الشخصى . وعلى مستوى أدوات الاتصال الجماهيرى ذاتها هناك تركيز على الإذاعة المرئية أولاً ، ثم المسموعة . وإهمال دراسة الوسائل المطبوعة ، انطلاقاً من فكرة تقليدية ترى أن

هذه الوسائل الأخيرة أقل تأثيراً وفاعلية في حمل الرسائل الإعلامية إلى الريف بفعل الأمية ، وصعوبات الانتقال والتوزيع ... الخ ، كما تلاحقت أيضاً ، أو كادت ، دراسات أخرى مهمة على أدوات أكثر فاعلية ونشاطاً كشرائط الكاست والفديو والصحف والإذاعات المحلية ، وهى الأدوات التى ظهرت فى القرية المصرية فى السنوات الأخيرة .

فإذا انتقلنا إلى باقى أطراف عملية الاتصال ، وهى : القائم بالاتصال ، الرسالة والجمهور ، نجد بيانات بالغة الدلالة . ويكشف الجدول رقم (٢) عن مدى اهتمام البحوث الإعلامية بهذه العناصر .

جدول رقم (٢)
مجالات اهتمام بحوث القرية بأطراف عملية الاتصال

العدد	%	مجال الاهتمام
—	—	القائم بالاتصال
٣	٢٩	الرسالة
٨٨	٨٥	الجمهور
١٠	٩٧	الرسالة والجمهور معاً
٢	١٩	القائم بالاتصال والرسالة والجمهور معاً
١٠٣	١٠٠	المجموع

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٨٨) بحثاً بنسبة (٨٥%) من إجمالى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ينصب أساساً على الجمهور ، بهدف التعرف على أساليب أو معدلات التعرض ، أو استطلاع آرائه حول برامج معينة ، أو مدى تأثر هذا الجمهور برسائل معينة ... الخ . ويعنى ذلك سيادة توجه لدى الباحثين الإعلاميين يتحدد فى تركيز الاهتمام على الجمهور باعتباره المقصد أو الهدف النهائى لعملية الاتصال ، وتجاهل باقى الأطراف الفاعلة فى تحديد

قوة أو كفاءة العملية الاتصالية . ومنها هوية القائم بالاتصال وقدراته الفنية ، وطبيعة المضامين المثارة وقدراتها التأثيرية ... الخ ، ومن المؤكد أن سيادة مثل هذا التوجه يضعف من ناحية من قوة هذه البحوث ، ويقلل من قيمة ومصداقية النتائج التي تتوصل إليها من ناحية أخرى . ذلك لأن الإقرار من جانب المبحوث بالتعرض للمضامين الإعلامية - بافتراض صدقه - لا يعنى تأثره بهذه المضامين ، كما لا يعنى فهم واستيعاب المبحوث لكل ما يكتب أو يسمع أو يشاهد ، إذ من المحتمل أن تكون الرسائل غير واضحة أو معقدة أو لا تتوافق مع الأطر الثقافية والقيمية السائدة ، أو غير موافقة للموقف الاتصالي ذاته ... الخ ، وحتى إذا كانت الرسائل واضحة ومواتية فمن المحتمل أن يكون القائم بالاتصال غير كفء أو جدير بالثقة ، أو ليس في حالة اتصال حقيقى مع المتلقى .

ويشير كل ذلك إلى ضرورة امتداد البحث الإعلامى ، وبالنزاع تلك البحوث المعنية بقضية التأثير والتنمية ، لتشمل الأطراف المختلفة لعملية الاتصال ، القائم بالاتصال ، الرسالة ، الجمهور فى رؤية متكاملة ولازمه لفهم العملية وقياس تأثيراتها ، وهو ما لم يتحقق حتى الآن فى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، فكما هو ملاحظ من بيانات الجنول السابق ، اختلفت تماما أية دراسات تتعلق بالقائم بالاتصال ، كما لم يتجاوز عدد البحوث التى اهتمت بدراسة مضامين الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الريف عن (ثلاثة) دراسات بنسبة (٢٩٪) من إجمالى البحوث الإعلامية فى الريف . فى حين لم يتجاوز عدد البحوث التى اتجهت إلى الربط بين دراسة المضامين المثارة والجمهور عن (١٠) بحوث بنسبة (٩٧٪) من إجمالى البحوث موضع التحليل . واهتمت دراستان فقط ، سعت الأولى منهما لبحث نور الصحف فى تغيير القيم الاجتماعية فى منطقة شبه حضرية ^(٣) . والثانية ، سعت لبحث نور وسائل الإعلام المحلية فى

تزويد الطفل المصري بالمعلومات ^(٤) . بدراسة القائم بالاتصال ، والرسالة والجمهور في آن واحد لفهم وتحديد فاعلية العملية الاتصالية في الموضوع محل البحث .

ب - الموضوعات والقضايا البحثية

يصعب من الناحية العملية وضع معيار ثابت يمكن في إطاره تصنيف وتحديد الموضوعات التي حظيت بالرعاية من جانب البحوث الإعلامية في القرية المصرية . فاتخاذ موضوع الدراسة ، أو عنوان البحث أساسا للتصنيف غير مجد بالنظر إلى تعدد الموضوعات البحثية وتداخلها من جانب والميل في كثير من الأحيان - كما هو ملاحظ عند صياغة عناوين البحوث - إلى التعميم والتضخيم من جانب آخر . فنجد مثلا موضوعا حول "تأثير البرامج الريفية على تغيير المجتمع الريفي" ، وآخر حول "الإعلام الريفي وأثره على تنمية المجتمع الريفي" ، وثالثا حول "نور وسائل الإعلام في خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة" ورابعا ، حول "نور عملية الاتصال في المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية" ، وخامسا ، حول "نور الاتصال في التنمية السياسية" ، وسادسا ، حول "نور الاتصال في التنشئة السياسية والاجتماعية " وهكذا ... فالظاهر من مثل هذه الموضوعات أن ميدانها هو التنمية ولكن أية تنمية ؟ وحول أية موضوعات ؟

ويزيد الأمر صعوبة ، تعدد أنواع ومجالات البحوث الإعلامية . فهناك بحوث الجمهور بقطاعاته وشرائحه المختلفة : الأطفال ، الشباب ، الشيوخ ، المرأة ... الخ . وهناك بحوث القائم بالاتصال والمضمون ، كما توجد بحوث الأثر والتقويم وهكذا . وقد رأينا أن من الأفضل إزاء كل ذلك وضع تصنيف يعتمد في الأساس على الهدف الأساسي للدراسة ، وما تسعى إلى تحقيقه أو التوصل إليه .

وفى هذا الإطار هناك البحوث التى تهدف إلى قياس معدلات الحيازة والتعرض ، وآراء الجمهور المتلقى فى برامج ومضامين أجهزة الإعلام ، والبحوث التى تسعى إلى تحليل محتوى الرسائل الريفية المثارة عبر أجهزة الإعلام المختلفة ، وأخيراً البحوث التى تهدف إلى التعرف على الدور والأثر ، وهذه ترتبط بهدف عام يتعلق ببحث مساهمة الإعلام فى مجال التنمية الريفية ، وهى التنمية التى تتنوع مجالاتها ، فهناك المجال الاجتماعى ، والمجال الثقافى ، والمجال السياسى ، والزراعى أو الاقتصادى ... الخ .

وإذا اعتمدنا على هذا التصنيف ، الذى يركز على الغاية من إجراء البحث ، فإن البيانات تشير إلى أن الجانب الأكبر من البحوث والدراسات الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية ، ارتبطت بهدف أساسى يسعى للتعرف على معدلات الحيازة والتعرض لأجهزة الإعلام فى الريف . ويوضح الجدول رقم (٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢)
مجالات اهتمام البحوث الإعلامية فى القرية المصرية

مجال الاهتمام	العدد	%
التعرض والحيازة	٤٢	٤٠.٧٨
المضامين الريفية المثارة عبر وسائل الإعلام	٨	٧.٧٦
التنمية الاجتماعية	٢٥	٢٤.٢٨
التنمية الثقافية	١٧	١٦.٥١
التنمية السياسية	٧	٦.٧٩
التنمية الزراعية	٤	٣.٨٨
المجموع	١٠٣	١٠٠

وتشير البيانات إلى أن (٤٢) بحثاً بنسبة ٤٠.٧٨٪ من إجمالى البحوث

الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية قد اهتمت أساسا ببحث الجوانب الخاصة بمعدلات التعرض والحياة وأراء الجمهور فى برامج ووسائل أجهزة الإعلام ، وبالأذات الراديو والتلفزيون . ويبدو أن هذا الموضوع ، أى التعرض والرأى فى المضامين ، هو التوجه المسيطر على معظم البحوث الميدانية التى تعنى بالجمهور، بصرف النظر عن أية تصنيفات أو محاولات اهتمام أخرى . فنجد مثلا الباحث الذى يحدد موضوع بحثه فى دراسة دور الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى الريف ، يصمم استمارة استبيان تبدأ عادة بنودها بالتعرف على البيانات الأولية كمتغيرات السن ، والنوع والمستوى التعليمى والدخل ... الخ ، وتأتى بعد ذلك البنود الخاصة بمعدل الاستماع أو مشاهدة التلفزيون أو قراءة الصحف ، وبعد معدل التعرض تتناول الاستمارة حجم الحياة ثم استطلاع أراء المبحوثين فى البرامج المختلفة ، فإذا أظهرت بيانات الاستمارة أن ثمة معدلات عالية للتعرض لوسيلة ما ، أو تزايداً فى حجم حياتها ، وإيجاب من الجمهور بأفضلية برامج معينة ، كان ذلك دليلاً كافياً لكى يستخرج الباحث نتائج تتحدث عن دور هذه الوسيلة فى مجال التنمية ، وتوقعها على غيرها من الوسائل الأخرى ، متجاهلاً بذلك حقيقة أن الإقرار بالتعرض - بالفراض صفة - لايعنى فى جميع الأحوال الفهم والاستيعاب ، أو تغيير السلوك المعنى .

لقد تجاوزت البحوث الإعلامية الجديدة هذه النظرة التقليدية الضيقة التى تربط بين التعرض والتغيير ، وبدأت تركز على دراسة المعارف والتصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام لدى الأفراد ، وفهم التأثيرات التى تحدثها هذه الأجهزة ، ليست من واقع التغييرات الآتية الحادثة فى الرأى ، ولكن من منظور تشكيل أو إعادة تشكيل المعارف والتصورات لدى الجمهور ، ودراسة الاحتياجات والرغبات التى ينبغى أن يتطلبها أعضاء الجمهور ، ومدى مواسة مضمون أجهزة الإعلام

لاحتياجات واهتمامات المثلى ، وهى التوجهات التى مازالت تفتقد إليها بحوث الجمهور بالقرية المصرية .

ويأتى بعد موضوع التعرض والحياسة ، موضوع العلاقة بين الإعلام والتنمية ، بما تتضمنه هذه التنمية من جوانب اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية ، ويبلغ عدد البحوث حول هذا الموضوع بجوانبه المختلفة ، (٥٣) بحثاً بنسبة (٥١٤٥٪) من إجمالى البحوث الإعلامية التى أجريت على القرية المصرية . وقد بلغ نصيب الجوانب الاجتماعية من هذه البحوث (٢٥) بحثاً دارت تمديداً حول علاقة الإعلام بتنظيم الأسرة ، والطفل ، والشباب ، وتنمية الأسرة والتغيير الاجتماعى والهجرة والتنشئة الاجتماعية . ويبلغ عدد موضوعات التنمية الثقافية (١٧) بحثاً بنسبة (١٦٥١٪) من إجمالى بحوث القرية ، ودارت هذه الموضوعات حول مكافحة الأمية ، وتعديل النظرة التقليدية للمرأة ، وخلق النظرة العلمية ، وتغيير القيم ، ونشر الثقافة الجماهيرية ، ونشر المستحدثات الجديدة ، وتركزت موضوعات التنمية السياسية حول الإعلام والتنمية السياسية ، وعلاقة الإعلام بالمشاركة السياسية ، وعلاقة الاتصال بالوعى السياسى ، ودور الاتصال فى التنشئة السياسية ، ويبلغ عددها (٧) بحوث بنسبة (٦٧٩٪) من إجمالى بحوث القرية . وتركزت موضوعات التنمية الزراعية ، (٤) بحوث ، حول الإرشاد الزراعى ، ونشر الأفكار الزراعية ، والمشكلات الزراعية .

وقد بلغ عدد البحوث الإعلامية التى عُنيت بتحليل مضمون الرسائل الإعلامية المتجهة إلى الريف (ثمانية) بحوث بنسبة (٧٧٦٪) من إجمالى البحوث الإعلامية فى القرية المصرية ، وحتى هذا العدد من البحوث فيه شئ من التجاوز ، حيث لم يتعد عدد البحوث الحقيقية (الخام) التى عُنيت بتحليل مضمون الرسائل الريفية عن (ثلاثة) بحوث : الأول حول مضمون البرامج الريفية بالإذاعة ، والثانى

حول مضمون البرامج الريفية بالتليفزيون . والثالث حول مضمون المواد الريفية بجريدة الأهرام . فى حين أن بقية البحوث الأخرى كانت تتعلق بمضامين عديدة لكل من الريف والحضر ، كتحليل برامج الأطفال بالإذاعة أو التليفزيون ، أو بالمجلات قبل الدراسة الميدانية لعينة من الأطفال فى كل من الريف والحضر ، وصنفت على أساس أنها دراسات غنيت بتحليل المضمون وتأخذ فى اعتبارها القطاع الريفي .

وتشير كل هذه البيانات إلى انحصار مجالات اهتمام البحث الإعلامى حول القرية المصرية ، وتركز هذا الاهتمام فى موضوعات هامشية وعامة ، تفنقر إلى التحديد والتعمق ، أو مواكبة التغيرات الجديدة التى طرأت على القرية المصرية خصوصاً بعد اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية ، بفعل تزايد حركة المواصلات وسهولة التنقل والهجرة ، وتطبيق سياسة الانفتاح ... الخ ، وهى التغيرات التى أحدثت هزة واضحة فى بنية القرية المصرية ، وبالتالي تغير العديد من الأفكار والتصورات التقليدية الشائعة حول بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وبالذات ما كان يتردد حول جمود القروى وانغلاقه ورفضه للجديد ... الخ . مع ذلك ظلت الموضوعات والقضايا البحثية ثابتة دون تغيير يذكر . فخلال أعوام ١٩٩٠ - ١٩٩٢ ، على سبيل المثال ، اهتم البحث الإعلامى بدراسة موضوعات من قبيل "دور الاتصال فى التنمية السياسية خيرت معوض ١٩٩٢" ، "تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة هبة سعد ١٩٩١" ، "دور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية محمد سيد عتران ١٩٩١" ، "دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية سلوى محمد ١٩٩٠" ، "البرامج التعليمية فى التليفزيون نجوى حسين ١٩٩٠" هذا بخلاف بحوث التعرض والاستماع والمشاهدة التى يجريها اتحاد الإذاعة والتليفزيون بصفة دورية ، وأية مقارنة بين عناوين هذه الموضوعات وعناوين الموضوعات البحثية المطروحة خلال عقد

- السبعينيات أو الثمانينيات يجد أنها هي تون تغيير^(٩) .
- إن الحاجة ملحة عن ضوء التغيرات التي عايشتها القرية المصرية مؤخرًا ، وكذا متطلبات تطوير البحث الإعلامي المحلى للوقوف على جوانب عديدة أصبح من المهم أن ينهض البحث الإعلامي لتوفير بيانات حولها منها على سبيل المثال :
- الاحتياجات الإعلامية الجديدة للقرية المصرية .
 - أنماط الاتصال الأكثر رواجًا وفعالية بالقرية حاليا .
 - مدى اعتماد القرويين على وسائل الاتصال كمصدر للمعرفة .
 - مدى التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة .
 - علاقة الإعلام بمعارف وتصورات القرويين بالمناخ المختلفة.
 - علاقة الإعلام بما تشهده القرية من تغييرات في المجالات التالية :
 - السلوك الاستهلاكي ، والعادات الغذائية ، تنشئة الطفل البناء الأسرى ،
 - العلاقات العائلية ، التغيرات القيمية والذات فيما يتعلق بالأرض ، والهجرة ، والاندثار ، والتعاون ، والتدين .
 - نوعية قيادات الرأي الجدد بالقرية .
 - مدى صلاحية مفهوم قادة الرأي كإداة للتحليل بالقرية حاليا .
 - مواقف وتصورات القرويين للقائمين بالاتصال .
 - توجهات القائمين بالاتصال الجماهيري نحو الريف .
 - الجوانب القيمية والمعرفية التي تحملها الرسائل الإعلامية المتجهة إلى الريف .

الأدوات المنهجية

إذا تركنا جانبا الموضوعات التي حظيت باهتمام الدراسات الإعلامية بالقرية ، فإن جانبا كبيرا من مصداقية هذه الدراسات ، يتحدد في افتراضاتها النظرية ، وفي الأساليب والأدوات المنهجية التي اعتمدت عليها في بحث موضوعها وتحقيق أهدافها . والثابت من الدراسات والبحوث التي أمامنا ، أنها انطلقت في معظمها من افتراض نظري واحد كان له تأثيره البالغ في تحديد الأدوات المنهجية التي استخدمتها البحوث الإعلامية في القرية . ومقضى هذا الافتراض أن هناك علاقة مباشرة بين الاتصال عن طريق أجهزة الإعلام والتأثير ، فحينما يكون هناك تعرض لمضمون هذه الأجهزة ، يكون هناك تأثير بمضمونها ، وهو الافتراض الكلاسيكي الذي ساد منذ أربعينيات هذا القرن ، وذلك بصرف النظر عن أبعاد الموقف أو المجال الاجتماعي الذي تعمل فيه هذه الأجهزة .

هذا التصور الغالب انعكس على اختيار الأدوات المنهجية لمعظم الدراسات الإعلامية ، حيث تلاحظ اعتماد هذه الدراسات الشديد على الاستبيان والمقشرات الإحصائية الكمية التي تتناول عدد الأجهزة ، وتقضيلات الجمهور ، وحجم التعرض والعلاقة بين متغيرات مثل : الدخل ، والسن ، والتعليم ، والمكانة الاجتماعية ، وحجم التعرض .. الخ ، وبون محاولة فهم الموقف الذي يجري فيه الاتصال ، أو حتى مناقشة مدى تأثير تعرض الأفراد لمضامين معينة على تصرفاتهم في مجرى الحياة اليومية ، أو مناقشة التأثير اللفظي لأجهزة الإعلام في مجتمع البحث ، واكتفت في معظمها بدراسة العلاقة الرأسية ذات الاتجاه الواحد من الأجهزة إلى الجمهور .

وقد بلغ عدد البحوث التي اعتمدت على أداة الاستبيان (٩٠) بحثاً بنسبة (٦٩,٧٧٪) من إجمالي تكرارات استخدام الأدوات المنهجية في البحوث الإعلامية والبالغ عددها ١٢٩ تكراراً*. وبصرف النظر عن مدى جودة بناء هذه الاستبيانات أو ما يحيط بتطبيقها على أرض الواقع من مشكلات ، فإن الاعتماد عليها بمفردها على النحو الذي هو سائد حالياً في الدراسات الإعلامية يلقي بظلال من الشك على مصداقية نتائج هذه الدراسات ، وذلك لأن هناك فجوة واسعة بين حقيقة المعارف والاتجاهات والاستجابات اللفظية عموماً ، وبين أساليب التصرف في المواقف الفعلية وممارسات الحياة اليومية التي لا تتشكل في إطارها المعارف والاتجاهات فحسب ، بل تخضع للعديد من العوامل والضغط المحيط بالموقف ذاته ، وترتبط بظروف الحياة الفعلية التي يعيش في إطارها الأفراد . فالفلاح - مثلاً - قد يعبر عن اقتناعه وتأييده لفكرة تنظيم الأسرة ، ولكنه في ممارسة حياته اليومية وظروفه المعيشية ، يجد أنه لا بد من كثرة الإنجاب ، حيث إن ذلك يعد أحد العوامل التي تكفل له مواجهة هذه الظروف . وهناك الكثير من قيادات الرأي ومن نوى المعارف العريضة ، غير أن ظروف حياتهم تفرض عليهم سلوكاً وممارسات معينة يجدون أنفسهم مضطرين إلى السير وفقاً لها ، والعمل في إطارها ، بالرغم من عدم تقبلهم لها أو رضائهم عنها ، وهو الأمر الذي يوضح مدى سذاجة وسطحية الاعتماد على استمارة الاستبيان بمفردها في الكشف عن مواقف وتصرفات مثل هؤلاء الأفراد في الحياة العملية ، أو مدى تأثيرهم واقتناعهم بما تقدمه أجهزة الإعلام ، وهو الأسلوب الذي راج واعتمدت عليه غالبية الدراسات التي اطلعنا عليها .

* يلاحظ هنا أن عدد تكرارات استخدام الأدوات المنهجية يفوق عدد البحوث موضع التحليل والبالغ عددها (١٠٣) بحث لأن هناك بعض البحوث - وهي قليلة - كانت تستخدم أكثر من أداة ، كمن يستخدم الاستبيان والملاحظة ، أو الاستبيان وتحليل المضمون وهكذا .

ويأتى "تحليل المضمون" بعد الاستبيان من حيث الأهمية فى الدراسات الإعلامية بالقرية . وقد بلغ عدد البحوث التى استخدمت هذه الأداة المنهجية (١٧) بحثا بنسبة (١٨ر١٣٪) من إجمالى الأدوات المنهجية المستخدمة . واقتصر استخدام أداة الملاحظة على (١١) بحثا بنسبة (٥٣ر٨٪) . إلا أن اللافت للنظر هنا ، أن استخدام هذه الأداة المنهجية فى بعض الدراسات ، جاء من قبيل التزايد أو الإحياء بالتكامل المنهجى للبحث والجدية .. الخ ، دون أن يكون لها توظيف فعلى فى البحث حيث عادة مايورد الباحث أنه استخدم فضلا عن أداة البحث ، أداة الملاحظة ، دون بيان الهدف من استخدام الملاحظة أو المجالات التى يتم ملاحظتها فى موضوع البحث ، وكيفية تنظيم الملاحظات وتدوين بياناتها إلى غيرها من الإجراءات المنهجية التى يتطلبها استخدام هذه الأداة . ففى دراسة "الفيدور والناس" (نوال عمر ، مارس ١٩٩٠) أوضحت الدراسة أنها استخدمت استمارة البحث لتوضيح آراء واتجاهات الآباء والأمهات نحو القيم الاجتماعية فى الأسر الريفية والحضرية ، والملاحظة : "التي هى كانت بالمشاركة فى بعض الأحيان" ، دون بيان كيف تمت المشاركة ؟ وحول ماذا ؟ والأهم من ذلك ، أن النتائج النهائية لهذا البحث جاءت جميعها تقريفا لبيانات استمارة البحث ، دون أن يكون للملاحظة أو الملاحظة بالمشاركة أدنى أثر فى هذه النتائج . وينصرف الأمر ذاته على بحث دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية (سلوى محمد يحيى العوادلى ، فبراير ١٩٩٠) ، حيث أورد البحث أنه اعتمد الملاحظة كأداة منهجية بجانب الاستبيان للتحقق من فروض البحث ، وفى المصطلحات الميدانية ، لم يكن للملاحظة أية إسهام فى التحقق من هذه الفروض ، واقتصر الأمر على تقرير بيانات الاستبيان ، الأمر الذى يشير إلى شكلية أو عدم جدية استخدام البحث الإعلامى فى معظمه لهذه الأداة المنهجية المهمة .

وقد طبقت الطريقة التجريبية فى (سنة) بحوث كان معظمها من النوع (القبلى - البعدى) ، حيث كانت تقيس الاتجاهات والمعارف - مثلا قبل بث المضمون الإعلامى ، ثم بث المضمون ، ويعاد القياس مرة أخرى للتعرف على مدى ما أحدثه المضمون من تغيرات . وقد استخدمت هذه الطريقة فى بحث الآثار الفعلية لاستخدام بعض البرامج التليفزيونية الخاصة (عبد الحميد إبراهيم أحمد ، ١٩٨١) ، وبحث التوعية بالمشكلة السكانية بقرية البراجيل (ليلى عبد المجيد ، ١٩٨٤) . وبحث علاقة دراما التليفزيون بالأمراض النفسية (محمد محمد مهنى ، ١٩٨٤) وبحث التوعية بالمشكلة السكانية بقرية دسيا (شاهيناز طلعت وسلوى إمام ، ١٩٨٤) ، وبحث استطلاع الرأى فى تنظيم الأسرة (جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٧٥) وبحث فهم الريفيين للبرامج الريفية (ناهد صالح ، د.ت) .

ولاشك أن هذا النوع من البحوث ، على الرغم من أنه قد ساهم فى التوصل إلى نتائج محددة أدق من الاستبيانات ، إلا أنه لا يخلو دائما من النقد ، وبالذات إذا لم يكن مصحوبا بمعالجات منهجية أخرى مكملة . فعملية التجريب القبلى - البعدى ، تؤثر عادة تحفظات حول إقامة ظرف مصطنع قد يحس بها المبحوثون ويتأثرون بذلك ، وهو الأمر الذى يختلف اختلافا بينا عن واقع الممارسة العادية .

وقد استخدم الاختبار السوسيومترى فى بحثين ، سعى الأول للتعرف على القادة المحليين فى مجال الإرشاد الزراعى ، وهدف الثانى لتحديد قادة الرأى فى قرى البحث .

وهكذا ، نجد انحصار الأساليب والألوات المنهجية للدراسات التى أجريت على القرية المصرية فى الاستبيان وله الأولوية المطلقة ، وتحليل المضمون ،

والملاحظة المباشرة ، والتجريب ، والاختبار السوسيومترى بمعدلات منخفضة ، واختفاء استخدام أدوات منهجية مهمة ، مثل الملاحظة بالمشركة ، والمقابلات الحرة ، وجلسات الاستماع ، والحوارات الجماعية ، ودراسة الحالة ، والدراسات المقارنة ، وهى الأساليب والأدوات التى يمكن أن تساهم فى تقديم بيانات كيفية واقعية ومتعمقة يمكن الاعتماد عليها أو الوثوق بها .

العينات

إذا تجاوزنا الأدوات المنهجية المستخدمة إلى أسلوب سحب العينة وتحديدها فى البحوث الإعلامية بالقرية ، فإن الملاحظة المهمة هنا ، هو ذلك الخطأ الشائع الذى وقعت فيه غالبية هذه البحوث ويتحدد فى إهمالها ، عند تحديد العينات وسحبها من مجتمع الدراسة ، لطبيعة التمايزات الاجتماعية - الاقتصادية للجمهور من جهة ، ومضمون الرسائل الموجهة لهذا الجمهور من جهة أخرى ، حيث تفرض طبيعة التمايزات الاجتماعية للجمهور ، ظهور اهتمامات خاصة لدى كل منهم ، وبالتالي الطابع الانتقائى لتعرضهم لمضمون أجهزة الإعلام ، ومدى تأثيرهم بمضمون الرسائل التى تبثها هذه الأجهزة . ومن هنا نجد أن فئات معينة من الجمهور تبحث عن موضوعات معينة ، أو تحرص على متابعتها ، وتتعرض لأخرى بالمصادفة وبلا أدنى اهتمام ، بينما تحرص على تجنب بعضها الآخر ، والعمل فى الاتجاه المضاد لها . ومع ذلك نجد الكثير من الدراسات الإعلامية تتجاهل هذه الحقائق وتميل إلى السحب العشوائى للعينات من مجتمع القرية ، دون مراعاة لأوجه الفروق بين أعضاء الجمهور ، جريا وراء وهم مايسمى بالموضوعية فى البحث .

وقد بلغت نسبة البحوث التي اعتمدت على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة (٣٦) بحثاً بنسبة (٣٦٪) من إجمالي عدد البحوث الميدانية التي أجريت على الجمهور بالقرية المصرية ، أو كان الجمهور جزءاً منها والبالغ عددها (١٠٠) بحث . ففي دراسة "محيى عبد الحليم" حول الإعلام الحكومي وأثره على الرأي العام المحلي ، استخدم الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة عشوائية منتظمة من الذكور والإناث البالغين ١٥ سنة فلكثر في قريتين بمحافظة المنوفية : الأولى كفر المصيلحة ، والثانية كفر الشيخ شحاته ، واتبع نفس الأسلوب "طاهر حسن درة" في دراسته حول الإعلام الريفي وأثره على تنمية المجتمع الريفي ، حيث استخدم الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية مع عينة عشوائية منتظمة قوامها (٩٦٦) من الذكور والإناث البالغين ١٨ عاماً فلكثر في ١٣ محافظة ، واعتمدت دراسة "محمود عودة" حول أنماط الاتصال والتغير الاجتماعي في القرية على صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة عشوائية منتظمة من أرباب الأسر المقيدين في كشوف الانتخابات قوامها (١٥٣) مبحوثاً في إحدى قرى محافظة الغربية . واعتماداً على دفاتر السجل المدني في بعض قرى ومدن مصر ، قام "عبد الخبير محمود عطا" في دراسته حول وسائل الإعلام والتنمية السياسية بسحب عينة عشوائية منتظمة قوامها (٢٧٦) مبحوثاً من الذكور والإناث البالغين ١٥ سنة فلكثر وهكذا .

وواضح من مثل هذه البحوث ، وغيرها كثير ، غياب فكرة التمايزات الاجتماعية والاقتصادية بين أعضاء الجمهور عند سحب عينة ممثلة لمجتمع الدراسة . فالبعض منها اعتمد على قوائم ، مثل قوائم السجل المدني التي لا تدخل مثل هذه التمايزات في اعتبارها ، ولجأ إلى الاختيار العشوائي من هذه السجلات . والبعض الآخر لم يوضح الإطار الذي اعتمد عليه في سحب عينته العشوائية .

كذلك فقد استخدمت العينة الطبقيّة العشوائية المنتظمة ، ويبلغ معدل تكرار استخدامها (١٦) بحثاً بنسبة (١٦٪) من إجمالي البحوث الميدانية بالقرية . ففي دراسة "كمال المنوفى" حول بناء الاتصال فى قرية تلوانة "بمحافظة المنوفية" استخدم الباحث أربع صحائف استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية قوامها (١١٥) مبحوثاً يمثلون رؤساء الأجهزة الخدمية والعاملين بها ، وقادة الرأى الطبيعيين ، والفلاحين ، والأجراء الزراعيين ، والمشتغلين بمهن غير زراعية ، وهو المنحى ذاته الذى اعتمد عليه "محمد حلمى أحمد" فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية "البليدة" بمحافظة الجيزة ، حيث طبق صحائف البحث على عينة طبقية عشوائية منتظمة قوامها (٧٥) مبحوثاً موزعين على : قادة الرأى الطبيعيين والرسميين ، والمشتغلين بمهن غير زراعية والمشتغلين بمهنة الزراعة من الذكور والإناث بقرية البحث . واتبع عماد مختار الإجراء ذاته ، فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية "زاوية أبو مسلم" بمحافظة الجيزة .

وإذا كانت مثل هذه الدراسات ، وهى أساساً تنطلق من بحث واحد جماعى أشرف على تنفيذه مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى بجامعة القاهرة حول بناء الاتصال فى عدة قرى مصرية ، قد فهمت الطبقيّة فى سحب العينة على أساس التمايز بين أعضاء الجمهور ، فميزت مثلاً بين قادة الرأى الرسميين وغير الرسميين ، أو بين الفلاحين الحائزين والمعدمين ... الخ ، إلا أن بقية البحوث التى اعتمدت على أسلوب العينة الطبقيّة لم تراعى هذا الأمر ، وفهمت الطبقيّة على أساس اشتغال العينة على الريف والحضر ، أو الذكور والإناث ، أو القرية المحرومة من الخدمات والأخرى التى تتوافر فيها هذه الخدمات .

ففى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون حول مكافحة الأمية بالراديو ، استخدم البحث صحيفة استبيان بالمقابلة الشخصية مع عينة طبقية

عشوائية منتظمة قوامها (٢٧١) مبحثاً من (٨٠٩) حالة يرأسون برنامج مكافحة الأمية في قرى ومدن ست محافظات مصرية . وفي البحث الذي أجراه "يوسف مصطفى الحارثي" حول دور وسائل الإعلام في خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، ذكر الباحث أنه قام بسحب عينة طبقية عشوائية منتظمة من الذكور والإناث في ثلاث بيئات في مصر ، ممثلة للبيئات الزراعية ، والصناعية ، والثقافية . وفي دراسة "عاطف عدلي العبد" حول دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية ، طبق الباحث صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية منتظمة قوامها (١٢٥) مبحثاً من الذكور المقيدين بجداول الانتخاب في ٣١ ديسمبر ١٩٧٨ في قرية تقليدية محرومة من معظم الخدمات ، فيما عدا الراديو ، هي قرية " قصر نجاتي" مركز أبو تشت محافظة قنا .

فالتطبيقية في البحث الأول ، ذكرت على أساس مراعاة التفريق في بناء العينة بين القرى والمدن في محافظات مختلفة ، وفي البحث الثاني ، على أساس التمييز بين البيئات الزراعية والصناعية والثقافية ، مع تجاهل فكرة التمايز داخل كل وحدة على حدة . ففي داخل القرية توجد تمايزات بين أعضاء الجمهور يفرضه اختلاف أوضاع كل منهم من حيث المكانة ، والدخل ، وداخل البيئة الزراعية ذاتها يوجد التمايز بين جماعة الملاك والمستأجرين والمعدمين وهكذا . ولا ندري أساس التطبيقية في عينة البحث الثالث الذي اعتمد على أسماء المقيدين بجداول الانتخابات في سحب العينة . ولا نود المضي قدماً في تقديم المزيد من النماذج والأمثلة لمثل هذا النوع من البحوث ، ولكن مانود أن نؤكد أن مثل هذا المنحى في سحب العينات لا يختلف كثيراً في التحليل النهائي عن أسلوب العينة العشوائية ، مع اختلاف بسيط يكمن في اتساع نطاق مجاله ، ولكن مع استمرارية غياب الأخذ بحقيقة التمايزات الاجتماعية - الاقتصادية بين أعضاء الجمهور ، وهي التمايزات

التي تتداخل بفاعلية في تحديد عملية الاتصال بالقرية .

وبجانب استخدام أسلوبى "العينة العشوائية المنتظمة" والعينة الطبقية العشوائية ، أشارت بعض البحوث إلى استخدامها "عينة حصص طبقية" وبلغ عدد البحوث التي اعتمدت على هذا النوع من العينات (١٩) بحثا بنسبة (١٥٪) من إجمالى عدد البحوث الميدانية .

ففى الدراسة التى أجرتها جامعة الاسكندرية عام ١٩٨٠ حول موضوع الإعلام والشباب المصرى ، فى إطار برنامج بحوث إعادة بناء الإنسان المصرى الذى اشرفت على تنفيذه الجامعة ، استخدمت الدراسة صحيفة بحث بالمقابلة مع عينة حصص طبقية قوامها عشرة آلاف شاب من البالغين ١٨ - ٣٠ سنة من الطلاب ، وعمال الإنتاج الصناعى ، والفلاحين ، والمهنيين والحرفيين والموظفين والإداريين ورياء البيوت موزعين على كل محافظات مصر ، عدا القاهرة ومطروح، حسب نسبة سكان كل محافظة إلى جملة سكان المحافظات المدروسة .

وبخلاف هذا البحث الذى خصص لكل محافظة نسبة أو "حصة" معينة وفقا لعدد سكانها ، ومراعاة التمييز بين الفئات والمهن المختلفة ، فإن المثلث فى بقية البحوث التى أفصحت عن استخدامها لأسلوب عينة الحصص الطبقية ، يجد أنها تسيير على النهج نفسه الذى اتبع فى اختيار العينة الطبقية العشوائية السابق الإشارة إليه . ففى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتلفزيون عام ١٩٧٣ حول مشاهدة البرامج الإذاعية والتلفزيونية خلال ستة أيام ، استخدمت الدراسة صحيفة بحث تتضمن جميع أنواع البرامج التى تعرض فى فترة الدراسة يوما بيوم مع عينة حصص طبقية تمثل البالغين من العمر ١٥ سنة فأكثر بواقع حالة واحدة مقابل (١٠٧١١) من السكان فى بعض قرى ومدن الوجه البحرى بمصر .

"والحصصية" تعنى سحب عينة بنسبة محددة من مجتمعات الدراسة وفقا لعدد

السكان في حين أن الطبقية ظلت تتحدد في التمييز بين القرى والمدن دون مراعاة أوجه التمايزات الاجتماعية والاقتصادية بين الجمهور داخل كل قطاع على حدة .

وبغضلا عن أسلوب العينات ، أشارت دراستان إلى استخدامهما لأسلوب الحصر الشامل للعينة محل الدراسة في مجتمع البحث ، وقد لوحظ على الدراستين محدودية مجالهما . ففي دراسة "عماد مختار" التي سعت للتعرف على القادة المحليين في مجال الإرشاد الزراعي ، استخدم الباحث صحيفة استبيان مكونة من جزأين : الأول اختبار سوسيومتري للتعرف على القادة المحليين في مجال الإرشاد الزراعي . والثاني دراسة بعض الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والاقتصادية للأفراد المبحوثين من القادة وعددهم (١٦٠) فردا يشكلون مجتمع العائزين من الذكور بقرية "كفر نصار" مركز الجيزة . وفي الدراسة التي أجراها "محمود يوسف" حول دور قادة الرأي الدينيين في معالجة قضايا الشباب ، استخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل مع خطباء مساجد القرى محل الدراسة .

فإذا تجاوزنا أسلوب العينات إلى الجانب المرتبط بحجم هذه العينات ، ومع عدم وجود معايير ثابتة يمكن الحديث عنها حول الحجم الأمثل للعينة ، الذي يتحدد على ضوء ظروف كل بحث وخصوصية مجاله والأهداف التي يسعى لتحقيقها ، إلا أن الالفت للنظر في الدراسات والبحوث الإعلامية التي أجريت على القرية المصرية محدودية حجم العينات التي استلقت منها البيانات في الجانب الأكبر من هذه الدراسات ، وبالذات الفردية منها ، بطريقة لا تتلاءم مع أهداف هذه الدراسات التي أعلنت عنها . أو تسمح لنا بتعميم هذه البيانات والاعتماد عليها ، خصوصا وأن الأسلوب الغالب في التعامل مع هذه العينات المحدودة هو تطبيق

الاستبيانات واستمارة استقصاء الرأى ، وليست الحوارات المتعمقة أو دراسة الحالة .

ففى الدراسة التى سعت للتعرف على بناء الاتصال فى قرية عصفور محافظة الدقهلية لم يتجاوز حجم العينة (٢٥) مبحوثا ، جرى التعامل معها من خلال الاستبيان الذى قدم لنا مؤشرات كمية حول معدلات تعرض وحياسة أعضاء هذه العينة لأجهزة الإعلام أو تنقلهم إلى المراكز الحضرية ، وإغفال جوانب مهمة عن بناء الاتصال بالقرية قد تتعلق مثلا بأشكال ومستويات التفاعل بين الفئات المختلفة بالقرية ، أو فاعلية مختلف أنماط الاتصال بها ، أو درجة التكامل بين أنماط الاتصال المختلفة .. الخ .

وفى البحث الذى أجرى للتعرف على طبيعة الصحف الريفية ودورها فى المجتمعات النامية طبق البحث على عينة قوامها (٤٦) فردا باستخدام الاستبيان ، كما طبق الاستبيان أيضا على عينة قوامها (٧٥) فردا ، فى البحث الذى سعى لدراسة الأمية وعلاقتها بتملك الريفيين وتعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرى وهكذا ... وعلى نفس المنوال ، يمكن رصد العديد من أحجام العينات التى تتراوح بين ١٠٠ إلى ١٥٠ مبحوثا لدراسات تطن عن سعيها لتوفير بيانات إحصائية حول جوانب كمية كمعدلات الحيازة أو التعرض لأجهزة الإعلام . وإذا كان من الممكن الوصول من مثل هذا الحجم من العينة على مؤشرات حول فعالية أو تأثير أجهزة الإعلام ، من خلال الدراسة المتعمقة ، إلا أنه يصعب الاعتماد عليها فى توفير بيانات يعتد بها حول جوانب كمية قد تتعلق - مثلا - بالتعرض أو حيازة أجهزة الإعلام بمجتمع البحث التى تتطلب مسوحا موسعة أو أحجاما أكبر من العينات .

فإذا انتقلنا إلى عينات الدراسات التي عنيت بتحليل المضامين الريفية بالصحف أو الإذاعة والتلفزيون ، فإن الملاحظة ذاتها تتكرر من حيث محدودية حجم العينة ، وإنيتها أو افتقارنا إلى العمق الزمني . مع أن الثابت أن تأثيرات المضامين الإعلامية هي في الأساس تراكمية وغير آنية ، فعادة ما يلجأ الباحث إلى تحليل مضمون دورة إذاعية أو ثلاثة أشهر في إحدى السنوات كعينة بهدف الوقوف على جوانب مهمة تتطلب عمقا زمنيا كالتغيرات القيمية أو صورة إحدى المهن ، أو نشر المضامين الزراعية أو الجديد فيها . ففي الدراسة التي أجرتها "ترجس حلمي" حول دور التلفزيون كوسيلة إعلامية في نشر الإعلام الزراعي بالريف المصري ، اقتضت عينة الدراسة على (٢٠) حلقة فقط من برنامجي المجلة الزراعية والثروة الخضراء بواقع عشر حلقات من كل برنامج عام ١٩٧٨ . وفي الدراسة التي أجراها "محمد نبيل طلب" حول الصورة التي تعرض بها المهن من خلال الدراما التلفزيونية تحددت عينة البحث في الفترة من ١/١/١٩٨٥ وحتى ٣٠/٦/١٩٨٥ . وفي الدراسة التي أجريت حول دور الصحف في تغيير القيم الاجتماعية بالمناطق شبه الحضرية ، لم تتجاوز عينة الدراسة بها ثلاثة أشهر ، وزعت على أعداد صحف الأهرام والأخبار والجمهورية خلال عام ١٩٨٤ ، ووضح من مثل هذه البحوث عجزها عن تقديم بيانات واقعية وبقية ذات دلالة للمضامين المثارة حول مجال اهتمامها .

والمؤكد أن صورة المهن لا تتحدد من خلال دورة أو دورتين إذاعيتين ، والمعروف أيضا أن التغيرات القيمية ليست آنية ، ولكنها ممتدة وتتطلب عمقا زمنيا لرصدها على صفحات الصحف . كما أن عشر حلقات من برنامج تلفزيوني غير كافية بالمرة للحكم على دور التلفزيون في نشر الإعلام الزراعي وهكذا

رابعاً، نتائج البحوث الإعلامية بالقرية المصرية

نعتقد إزاء كم البيانات التي أمامنا ، أن المفيد ليس السرد الكمي والتفصيلي لكل البيانات والنتائج التي توفرها البحوث الإعلامية التي أجريت حول القرية المصرية ، ولكن ماتعكسه هذه البيانات والنتائج من مؤشرات عامة تنيد في فهم وتقييم واقع النشاط الإعلامي المرتبط بالقرية المصرية . وعلى ضوء مجالات اهتمام البحوث الإعلامية وأهدافها ، تبرز أمامنا خمسة مجالات : الحياة ، التعرض ، الاعتماد على أجهزة الإعلام ، التأثير والفاعلية ، سمات المضمون اللفظي ، ويمكن عرض مؤشرات كل مجال على النحو التالي .

١ - مؤشرات الحياة

تشير البيانات المتوافرة حول معدلات حياة أجهزة الإعلام بالقرية إلى أن المستوى الاقتصادي ، والمركز الاجتماعي والثقافي للفرد ، يعدان عاملين فاعلين في تحديد مدى حياة الفرد لهذه الأجهزة . فكلما زاد المركز الاقتصادي والاجتماعي والمستوى الثقافي ارتفاعا ، تزايدت احتمالات حياة الفرد لأكثر من وسيلة إعلامية . كذلك تتباين قدرات المهن المختلفة في حياة أجهزة الإعلام . فاصحاب المهن غير الزراعية تتزايد معدلات حياة أجهزة الإعلام بينهم ، في حين تتخفف هذه المعدلات لدى أصحاب المهن الزراعية ، وتقل إلى أدنى مستوى لها بين الفئات غير الحائزة منها .

وفي هذا الإطار تشير البيانات أن معدلات حياة أجهزة الراديو بالقرية المصرية ، قد أخذت في التزايد المطرد منذ بداية الستينيات ، بصرف النظر عن تضارب البيانات المتوافرة في هذا المجال . ففي دراسة "ويس كامل مليكة" عام ١٩٦٣ حول بناء الاتصال في القرية المصرية ، أظهرت نتائج الدراسة أن معدل

حياة أجهزة الراديو بالقرية - موضع البحث - تصل إلى (١٧ر٥)٪ ، وقد ارتفعت هذه النسبة في بحث "محمود عودة" حول أنماط الاتصال والتغيير الاجتماعي بالقرية المصرية الذي طبع ميدانيا عام ١٩٦٧ إلى (٦٨٪) ، في حين أظهرت بيانات البحث الذي أجراه المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجناائية في أواخر ١٩٦٩ ولأوائل ١٩٧٠ في أربع قرى مصرية بهدف التعرف على تأثير البرامج الريفية على معلومات الريفيين وأرائهم أن نسبة حياة أجهزة الراديو بقرى البحث لا تتجاوز (٤٣٪) ، وهو المعدل الذي يتقارب مع نتائج بحث "يوسف مصطفى" الذي طبق في العام نفسه (١٩٧٠) حول دور وسائل الإعلام في خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، حيث أشارت نتائج هذا البحث إلى أن معدل حياة أجهزة الراديو في القرية المصرية يصل إلى (٤٠٪) .

وفي المسح الذي أجراه اتحاد الإذاعة والتلفزيون عام ١٩٧١ لدراسة معدلات الاستماع إلى برامج الإذاعة ، وصلت نسبة حياة الراديو في عينة البحث إلى (٧٩ر٠٢٪) ، وهي نسبة تفوق بكثير كل التقديرات السابقة . وأشارت دراسة "محمي الدين عبد الحليم" التي طبقت في قريتين من قرى محافظة المنوفية في منتصف عام ١٩٧٢ إلى معدلات أكثر ارتفاعا ، حيث أشارت إلى أن معدل حياة أجهزة الراديو بقرى البحث يصل إلى (٨٥٪) . وفي المسح الذي أجراه اتحاد الإذاعة والتلفزيون على مستمعي ومشاهدي البرامج الإذاعية والتلفزيونية عام ١٩٧٢ ، أشارت البيانات إلى أن معدل حياة أجهزة الراديو يصل إلى (٩١ر١٪) والتلفزيون إلى (٢١ر١٪) من مجموع المبحوثين ، وأن هذه النسبة تتراوح عند التعميم على المجتمع بين (١٩ر٨٪) و (٢٢ر٤٪) * .

* يلاحظ أن العينة هنا تتضمن كلا من الريف والحضر .

وفى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، ظلت البحوث الميدانية تشير إلى ارتفاع معدلات حيازة الراديو بالقرية إلى ما فوق نسبة الـ (٩٠٪) وتصل بعض البحوث بها أحيانا إلى (٩٦٪)^(٩) ، وإن كانت هذه المعدلات قد أخذت فى التناقص الطفيف بعد ذلك ، فى مقابل تزايد ملحوظ فى نسبة حيازة أجهزة التلفزيون مع استمرارية تناقض البيانات فى هذا المجال .

فإذا أخذنا عام ١٩٧٩ كسنة أساس ، فإننا نجد أن "محمد معوض" فى دراسته حول دور التلفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى يذكر : أن معدل حيازة جهاز التلفزيون فى قريتي "سلامون بحرى" و"سلامون قبلى" بمحافظة المنوفية يصل إلى (٣١١٥٪) ، فى حين أن كمال المنوفى فى دراسته لبناء الاتصال فى قرية ثوانة بتقن المحافظة ونفس العام يذكر أن معدلات حيازة التلفزيون بالقرية لا تتجاوز (١٤٪) .

وفى إطار البحث الموسع الذى أجراه معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى عام ١٩٧٩ ، والذى شارك فيه ستة من الباحثين ، تولى كل باحث منهم مهمة دراسة بناء الاتصال فى قرية مصرية ، نجد أن البيانات التى توفرها هذه الدراسات حول حيازة أجهزة الراديو والتلفزيون والتسجيل ، متفاوتة فى كل قرية . وفى دراسة "فتحى حامد خضر" بقرية أولية محافظة الدقهلية ، أشار إلى أن نسبة حيازة الفلامين لأجهزة الراديو تصل إلى (٧١٩٪) والتلفزيون (١٦٪) وأجهزة التسجيل (٩٪) . وفى دراسة "حسن الخولى" بقرية "مصفور" محافظة الدقهلية ، أشار إلى أن نسبة حيازة الراديو تصل إلى (٩٦٪) ، وفى نسبة تفوق بكثير النسبة التى أشار إليها بحث "فتحى حامد" ، رغم إجراء الدراستين على قرى المحافظة نفسها . وفى حين أشارت نتائج دراسة بناء الاتصال بقرية "البليدة" محافظة الجيزة إلى أن حيازة أجهزة الراديو بالقرية تصل إلى (٨٩٣٪)

والتليفزيون إلى (٤١٣٪) والتسجيل إلى (١٣٦٪) ، أظهرت بيانات دراسة قرية "أبو مسلم" بمحافظة الجيزة أن نسبة حيافة الفلاحين بالقرية لأجهزة الراديو تصل إلى (٧٧٪) والتليفزيون إلى (٢٣٪) والتسجيل إلى (٥٪) ، مع ارتفاع ملحوظ فى نسبة حيافة أجهزة التليفزيون للجماعات التى تعمل بمهن غير زراعية (٥٠٪) والتسجيل إلى (١٦٦٪) ، وانخفاض فى نسبة حيافة الراديو لدى هذه الجماعات إلى (٥٨٣٪) .

وفى عام ١٩٨٠ أجرى المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجناينة بحثا حول معلومات الجمهور المصرى عن أساسيات العلم والتكنولوجيا فى كل من الريف والحضر . وقد أشارت نتائج هذا البحث إلى أن حجم حيافة الراديو بالريف تصل إلى (٦٧٢٪) ، فى حين أن حيافة أجهزة التليفزيون فى الريف لا تتجاوز (٢٠٢٪) ، وهى نتائج لافتة للنظر من حيث تباينها مع كل التقديرات السابقة التى تشير إلى ارتفاع معدلات حيافة أجهزة الراديو والتليفزيون بالريف . ومع ذلك ، فإننا نجد أن بحث "نوال شاهين حسين" حول دور الإذاعة والتليفزيون فى تنمية الأسرة الذى أجرى عام ١٩٨٠ ، يشير إلى بيانات تتقارب مع بيانات المركز القومى للبحوث ، حيث أوضح هذا البحث أن نسبة حياة أجهزة الراديو والتليفزيون بقرى البحث فى محافظة الشرقية تصل إلى (٦٠٪) و (٣٠٪) .

وفى بحث "إلهام السوقي" الذى أجرى حول بناء الاتصال بقرية الشناوى محافظة الدقهلية عام ١٩٨٢ ، أشارت النتائج إلى أن حجم حيافة الراديو بالقرية يصل إلى (٨١٦٪) ، والتليفزيون إلى (٥٠٪) ، والتسجيل إلى (٢٤١٪) ، والتليفون إلى (٢٤٪) ، ومع أن بيانات هذه الدراسة تبدو معتدلة قياسا على تقديرات البحوث السابقة ، إلا أن بيانات المسح الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون بعد ذلك بعام واحد أى عام ١٩٨٣ ، ترفع نسبة حيافة التليفزيون فى

المجتمع المصرى عامة بقطاعه الريفي والحضر إلى (٩٣,٧٦٪) ، وفى الريف فقط إلى (٩٠,٤٦٪) ، وعاد المسح الذى أجراه الاتحاد بعد ذلك عام ١٩٨٥ ليؤكد مرة أخرى أن نسبة حيافة أجهزة التلفزيون فى الريف تصل إلى (٩٠,٤٦٪) وهو معدل يتناقض مع كل بيانات البحوث الميدانية التخصصية والتي لم تتجاوز هذه النسبة فى أى منها عن (٥٠٪) .

وواضح من العرض السابق مدى التضارب والتناقض فى البيانات التى توفرها البحوث الإعلامية حول معدلات حيافة أجهزة الإعلام بالقرية المصرية . ويعود مصدر التضارب والتناقض - على ما يبدو فى جانب كبير منه - إلى عدم التمييز الدقيق بين حيافة هذه الأجهزة والتعرض لها عند استطلاع رأى البحوث ، واعتماد أسلوب العينة العشوائية التى لاتراعى أوجه التباين والظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بين أعضاء المجتمع محل الدراسة . وهو التباين الذى يحدد قدرات كل فئة على حيافة أجهزة الإعلام . والأهم من ذلك كله ، هو أن السؤال حول موضوع الحيافة وامتلاك أجهزة الإعلام بالريف عادة ما يأتى عرضاً فى المسوح والبحوث الفردية المتخصصة ، دون محاولة متعمقة لقياس الحجم الحقيقي لمعدلات حيافة أجهزة الإعلام بالقرية ، وهو مطلب مهم لكل من المخطط ومنفذ السياسة الإعلامية ، نأمل أن يغطى مستقبلاً ، خصوصاً وأن الملاحظ اختفاء أو تراجع اهتمام البحوث الميدانية ، منذ منتصف الثمانينيات وحتى مطلع التسعينيات ، سواء على مستوى المسوح أو الدراسات الضيقة ، لقياس معدلات حيافة أجهزة الإعلام بالقرية رغم الانطباع العام الذى يشير إلى تراجع هذه المعدلات بفعل التغيرات التى يشهدها المجتمع ، وبالأذات بعد انحصار تيار الهجرة القروية الخارجية وفرص العمل بالخارج ، والتي كانت تشكل المصدر الرئيسى لحيافة الأفراد بالقرية لأجهزة الإعلام .

٢ - مؤشرات التعرض

ترتبط المؤشرات المتاحة في هذا الجانب بحجم تعرض مختلف فئات أعضاء الجمهور بالقرية لبرامج ومضامين أجهزة الإعلام المختلفة ، ونوعية البرامج والموضوعات الأكثر رواجاً بينهم ، وتحظى باهتمامهم ، وأثر المغيرات الاجتماعية كالنوع ، والعمر ، والمستوى ، التعليمي ، والدخل ... الخ ، في تحديد طبيعة التعرض للمضامين المختلفة . ويجدر بنا هنا أن نعرض لمؤشرات كل وسيلة على حدة :

١- الراديو

تشير البيانات المتوافرة إلى ارتفاع معدلات تعرض القرويين لجهاز الراديو ، وبصرف النظر عن اختلاف الفترات الزمنية التي أجريت فيها البحوث ، أو تباین أنماط القرى محل الدراسة ، فإن أقل التقديرات التي أشارت إليها البحوث حول نسبة سماع القرويين للراديو لم تقل عن (٧٩١٪) ، وارتفعت هذه النسبة في غالبية البحوث إلى (٩٠٪) ، بل أن إحدى الدراسات الميدانية التي أجريت عام ١٩٨٠ في منطقة نصف قطرها ١٠ كم ، وتضم مدينتي "شبين الكوم" و"بركة السبع" وقرية شنوفة بمحافظة المنوفية تصل نسبة الاستماع للإذاعة إلى (٩٩٢٪) ^(٣) .

يبد أن اللفت للنظر في هذا المجال ، هو تذبذب البيانات التي توفرها البحوث الإعلامية حول معدلات الاستماع للراديو في القرية ، وتفاوت هذه البيانات بين الصعيد والهبط خلال عقد الثمانينيات ومطلع التسعينيات . فقد وصلت نسبة استماع القرويين للراديو في المسح الذي أجراه اتحاد الإذاعة والتليفزيون عام ١٩٨٤ إلى (٨٢٫٦٨٪) ، وانخفضت في بيانات مسح

بارومتر الاستماع الذى أجراه الاتحاد عام ١٩٨٥ إلى (٦٣,٣٥٪) من إجمالى عينة الدراسة ، مما يشير إلى انسحاب نسبة غير قليلة من مستمعى الراديو إلى وسائل إعلامية أخرى ، ولكن عادت البيانات تشير إلى ارتفاع نسبة الاستماع للراديو . وفى الدراسة التى أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون حول دور الإذاعة والتليفزيون فى التصدى لظاهرة الإدمان بين الشباب فى مايو ١٩٩٠ وصلت نسبة الذين يستمعون إلى الراديو إلى (٨٩,٣٪) . ووصلت هذه النسبة فى إحدى الدراسات الفرعية إلى (٩٨,٥٪) للراديو بوجه عام ، وللإذاعة المحلية إلى (٧٩,١٨٪) بوجه خاص ^(٤) ، الأمر الذى يشير - إذا ما اعتمدنا على هذه البيانات - إلى استعادة الراديو لفاعليته فى بناء الاتصال بالقرية المصرية فى الوقت الراهن ، بعد أن كانت هذه الفاعلية والمكانة قد تراجعت قليلا أمام تزايد انتشار أدوات الاتصال الأخرى فى القرية ، وبالأدوات التليفزيون وأجهزة التسجيل .

وتوضح البيانات ارتفاع معدلات الاستماع إلى الراديو فى الحضر عن الريف ، وبين المتعلمين عن الأميين ، وبين الذكور عن الإناث ، وأن أكثر الفئات العمرية اهتماما بالإذاعة هى الفئات المتوسطة العمر (٢٠ - ٤٠) سنة ، وأن نسبة الاستماع إلى الإذاعة بصفة منتظمة تتراوح فى البحوث بين (٥٦٪) و (٦٠,٤٪) والاستماع أحيانا بين (٣٦٪) و (١٧,٩٪) ونادرا بين (٤٪) و (٣٩,٩٪) . وتزداد نسبة الاستماع الدائم بين الفلاحين ورياء البيوت والحرفيين .

وتتضارب نتائج البحوث حول المضامين والبرامج المفضلة لدى القرويين . وهو التضارب الناجم - على ما يبدو - من عموميات الاستقصاء فى هذا الجانب ، وتباين اهتمامات الموضوعات البحثية محل الدراسة . فالبحث الذى يعنى بدراسة الموضوعات الدينية يظهر هذه الموضوعات فى مرتبة متقدمة فى تفضيلات

القرويين ، والبحث الذى يهتم ببرامج تنظيم الأسرة ، أو مكافحة الأمية ، أو دور الإذاعة المحلية ... الخ ، يشير إلى درجة تعرض القرويين لهذه البرامج أو تلك الإذاعة ويعطيها مركزاً متقدماً فى الغالب . فى حين نجد بحثاً أخرى قد لا تهتم بهذه الجوانب ، وبالتالي لا تشير من قريب أو بعيد إلى أية معدلات لتعرض القرويين لها وهكذا ... نجد نمطية فى طرح التساؤلات فى هذا الجانب ، ونمطية فى الإجابات التى يقدمها المبحوثون ، تتفق مع ما هو مطروح فى استمارة الاستقصاء ، ويترتب عليه تباين فى ترتيب أفضليات القرويين للبرامج التى تحظى باهتمامهم ، الأمر الذى يفضى إلى صعوبة صياغة مؤشرات واضحة فى هذا المجال . ومع ذلك ، فإنه يمكن القول - بصفة عامة - إن القرآن الكريم والبرامج الدينية بعامة ، ونشرات الأخبار ، والمسلسلات الإذاعية والأغاني ، وبرامج المرأة والأسرة ، وبرنامج "همسة عتاب" و"كلمتين ويس" و"على الناصية" و"أغرب القضايا" من البرامج التى تحظى بمعدلات مرتفعة من التعرض نسبياً فى القرية .

ب- التلفزيون

البيانات التى توفرها البحوث الميدانية حول هذه الوسيلة الإعلامية تشير إلى أن معدلات مشاهدة التلفزيون فى القرية تتزايد بصورة مضطردة ، ففي منتصف السبعينيات كان معدل مشاهدة البرامج التلفزيونية بين القرويين يصل إلى (٦٧,٢٪) ، وارتفع فى أواخر السبعينيات (١٩٧٩) إلى (٨٩,٤٪) ، وواصلت هذه النسبة الارتفاع فى المسح الميدانى الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتلفزيون عام ١٩٨٥ إلى (٩٥,٧٥٪) ، وواصلت الارتفاع فى الدراسة التى أجراها الاتحاد حول المنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتلفزيون فى يونيو عام ١٩٨٩ إلى (٩٩,٤٪) ، وتراجعت هذه النسبة قليلاً فى بحث هبة مسعد حول تأثير وسائل

الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى والذي أجري عام ١٩٩١ بقريتين مصريتين فوصلت إلى (١٢٪) ، هذا من ناحية الإقرار العام من جانب الأفراد بمشاهدة التلفزيون . أما من حيث درجة الانتظام اليومي فى هذه المشاهدة ، فإن النسبة ترتفع من (١٠٪) فى مطلع السبعينيات ، وتتواصل ارتفاعها بعد ذلك لتصل عام ١٩٨٥ إلى (٧٦٪) من إجمالى المشاهدين ، وإن كانت هذه النسبة قد أخذت فى التراجع النسبى منذ مطلع التسعينيات لتصل فى أحد البحوث إلى (٤٠٪) فقط ^(٩) .

وتظهر البيانات أن عدد المشاهدين للجهاز الواحد فى الريف يبلغ (١٩٦) فردا ، وأن أعلى شهور السنة كثافة فى مشاهدة التلفزيون هو شهر رمضان ، وأعلى الأيام هى أيام الجمعة ، والأحد والخميس على الترتيب . كما أن أعلى فترات التعرض اليومي هى الفترة المسائية من الساعة ٦ إلى الساعة ٨ ، ثم فترة السهرة ، فالفترة الصباحية . كما تظهر البيانات أن القناة الأولى - بصفة عامة - تتفوق على القناة الثانية من حيث معدلات التعرض ، ولكن عندما تزداد كثافة المشاهدة فى قناة خلال فترة زمنية ، فإن كثافة المشاهدة على القناة الأخرى تنخفض إلى حد كبير ، ويبلغ متوسط ساعات المشاهدة اليومي للمبحوث فى الريف إلى مايقرب من ثلاث ساعات ونصف ، ويزداد إقبال الإناث على مشاهدة التلفزيون فى الريف بالمقارنة بالذكور ، كما أن معدلات التعرض المنتظم للتلفزيون فى الحضر أكبر من الريف ، ولا توجد علاقة بين المتغير التعليمي وحجم التعرض للتلفزيون.

ج - الصحف

البيانات الميدانية المتوفرة حول معدلات التعرض للصحف بالقرية محدودة للغاية ،

والدراسات الميدانية حولها نادرة . وحتى تلك البحوث التي عنيت ببحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، واهتمت ببيان مركز كل وسائل الإعلام فى القرى محل الدراسة ، لم تشر إلا لعدد النسخ التى تصل إلى كل قرية ، دون محاولة رصد وتتبع أساليب تعرض أو تعامل الأفراد مع الصحف ، وانصب كل الاهتمام على الوسائل المرئية والمسموعة . وفى إطار محدودية البيانات ، والحاجة إلى تعميق البحث فى هذا الجانب على ضوء المؤشرات التى تشير إلى الارتفاع المضطرد فى نسبة المتعلمين و الحاصلين على مؤهلات دراسية بالقرية المصرية ، فإننا يمكن القول إن البيانات المتوافرة حتى الآن تشير إلى أن معدل قراءة الصحف لم يتجاوز (٤٢,٢٪) من إجمالى عدد القادرين على القراءة فى أية عينة بالريف ، وأن نسبة الانتظام اليومي فى قراءة الصحف بين هؤلاء الأفراد لم تتجاوز وفق أكثر التقديرات تفلولا (٣٢,٣٪) من إجمالى قراء الصحف ، فى حين يتراوح المعدل الطبيعى للانتظام فى قراءة الصحف بين (٦,٤٪) و (٢٦,٤٪) ويستمتع إلى قراءة الصحف (١٨,٢٪) ، فى حين تصل معدلات تعرض قادة الرأى فى القرية المصرية إلى مايقرب من (٨٠٪) .

وبخلاف ماتقدم ، نجد علاقة معنوية دالة بين الحالة التعليمية وتكرار التعرض للصحف ، وأن الذكور أكثر إقبالا من الإناث على قراءة الصحف ، والشباب أكثر من الشيوخ . ولاتقدم البحوث التى أمامنا ، أية بيانات حول الموضوعات أو المضامين المفضلة فى الصحف لدى القرويين ، أو أنواع الصحف الأكثر رواجاً بينهم ، أو الوقت المستغرق فى التعرض للصحيفة الواحدة ، وهى كلها جوانب مهمة ، وفى حاجة إلى تعميق البحث حولها على ضوء التغيرات الجديدة التى شهدتها القرية المصرية .

د - الفيديو

لا توفر البحوث الإعلامية في القرية المصرية أية بيانات يعتد بها حول معدلات حيازة أو تعرض القرويين لأجهزة الفيديو . وتقدم دراسة الفيديو والناس (نوال عمر ١٩٩٠) بعض النتائج المتناقضة حول الدور الإعلامي لهذه الوسيلة الإعلامية في القرية المصرية ، منها أن ٩٩٪ في الحضر و(٤٤٪) في الريف من ذوي المؤهلات العليا يشاهدون الفيديو ، وأن الفيديو يستحوذ على المشاهدين في سن الشباب ، وأن أفلام الفيديو لاهتم بالثقافة ولا تؤثر في أفراد المجتمع ، ولم تنجح أفلام الفيديو في ترسيخ قيمة الانتماء للوطن ، ولكنها نجحت في ترسيخ قيمة العدالة . والفيديو فشل في ترسيخ القيم بنسبة كبيرة ، ولكنه له دور إيجابي وأخر سلبي وذلك وفقا للحالة التعليمية . وفي دراسة تأثير التلفزيون والفيديو على القرية المصرية (عبد الوهاب ، كحيل ١٩٨٧) اقتصر نتائج الدراسة على الحديث عن انتشار الفيديو في المقاهي في كثير من القرى ، وأن دخول هذه الوسيلة الإعلامية إلى القرى أدى إلى تعود السهر بعيدا عن المنازل ، ولهذا آثاره الاجتماعية والاقتصادية بعيدة المدى ، على حد قول الدراسة دون محاولة تحديد حجم هذا الانتشار ، وطبيعة التأثيرات التي يتركها جهاز الفيديو على الحياة الثقافية والاجتماعية في القرية المصرية .

هـ - أجهزة التسجيل والتليفون

لانتواثر حولها أية دراسات خالصة حتى الآن يمكن أن تعرض لها ولورها في بناء الاتصال الراهن في القرية المصرية ، رغم تزايد الانتطباع بانتشار هذه الوسائل الاتصالية مؤخرا بالقرية المصرية ، وفاعلية دورها في بناء الاتصال وتناقل المعلومات بالقرية المصرية .

- وعلى ضوء ماتقدم ، يصبح من المفيد تقييم الواقع الراهن للبيانات المتوافرة حول معدلات التعرض لأجهزة الإعلام وذلك على النحو التالى :
- تتناقض البيانات المتوافرة حاليا حول المعدلات الحقيقية للتعرض لكل وسيلة إعلامية ، وبالأذات الراديو والتلفزيون ، كما تتناقض البيانات أيضا حول البرامج والموضوعات المفضلة لدى القرويين .
 - لا تتوافر بيانات دقيقة حول معدلات الحياة ، أو التعرض لوسائل اتصالية جديدة دخلت القرية ، وعلى رأسها الفيديو وأجهزة التسجيل والكاست .
 - البيانات المتوافرة حول أساليب التعرض أو التعامل مع الصحف بالقرية محدودة ، وفى حاجة إلى تدعيم على ضوء التغيرات الجديدة التى عايشتها القرية المصرية مؤخرا .
 - لا تتوافر حاليا أية مؤشرات واضحة حول سلوك تعرض القرويين لكل وسيلة إعلامية ، وأسلوب تعاملهم معها ، أو رؤيتهم لوظيفتها .
 - لا تتوافر مؤشرات حول مدى فهم واستيعاب القرويين للمضامين الإعلامية التى يتعرضون لها ، أو مدى استفادتهم من هذه المضامين فى حياتهم اليومية .

٣ - مدى الاعتماد على وسائل الاتصال

تنسجم البيانات المتوافرة حول هذا الجانب بالعمومية والتضارب ، ولا تتوافر مؤشرات متعمقة ودقيقة حول حقيقة مركز كل وسيلة إعلامية فى القرية المصرية ، أو دور أنماط الاتصال المختلفة ، ومدى فاعلية كل نمط ، ودرجة اعتماد القرويين عليه ... الخ .

فقد أشارت بعض البحوث إلى أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام فاعلية وقدرة على إقناع القرويين . فقد أشارت "مهجة حسن" - في دراستها حول "تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة في الريف المصري"^(١٠٦) - ، إلى أن التلفزيون يأتي في المرتبة الأولى بنسبة (٩٢٪) ، والراديو في المرتبة الثانية والجرائد والمجلات في المركز الثالث والرابع . كما أشارت "نوال عمر" إلى أن التلفزيون يأتي في المرتبة الأولى من حيث القدرة على الإقناع بنسبة (٧٣٣٪) ، ويلي ذلك الراديو بنسبة (٦٢٪) ، فالاتصال الشخصي بنسبة (٥٩٪) ، فالصحف بنسبة (٥٣٦٦٪)^(١١) .

وعلى نفس المنوال ، أشار "علي صالح أبو العز" - في دراسته حول "تقييم البرامج الريفية في تلفزيون جمهورية مصر العربية"^(١١٦) - إلى أن التلفزيون كان أكثر أهمية في نشر المعرفة بالتأمين على الماشية والتلقيح الصناعي وعلف الفيل ، حيث سمع الزراع عينة الدراسة عن موضوع تأمين الماشية من عدة مصادر هي : التلفزيون بنسبة (٢١٨٪) فالإذاعة (١٧٦٪) فالصحف (٧٣٪) فالنشرات (٩٧٪) ، المرشد الزراعي (١١٥٪) الجيران والاصدقاء (١٢٧٪) .

وتظهر بحوث أخرى أن الراديو هو أكثر وسائل الاتصال فاعلية وانتشاراً في القرية المصرية ، ويتفوق على بقية وسائل الإعلام الأخرى في مجال نشر المعرفة والمعلومات بين القرويين . فقد أوضح "محيى عبد الحليم" في دراسة حول الإعلام الحكومي وأثره في الرأي العام المحلي أن الراديو هو أقدر الأجهزة الحكومية وغير الحكومة على توصيل الرسائل الإعلامية إلى القرويين^(١١٧) ، وهو ما يؤكد أيضاً "محمد معوض" في بحثه حول دور التلفزيون في التنمية الاجتماعية في الريف المصري ، حيث أوضح أن أهم مصادر المعرفة في الريف هي الراديو (٨٩٦٪) فالتلفزيون (٧٣٣٪) فالاتصال الشخصي (٥٥٧٪) فالصحف

(١٤٢٪) (١١). وأشارت دراسة عيد الفتح عيد النبي (١٢) إلى أن الراديو لا يزال يحتل مكانة متميزة بين أجهزة الاتصال بالقرية ، وأن مكانة وكثافة استخدام القرويين للتلفزيون أخذت في التراجع في الوقت الراهن بالمقارنة بحقبتي السبعينيات والثمانينيات . كما يتراجع مركز الصحف ، حيث لم تتجاوز نسبة التعود على القراءة (٢٠٪) من إجمالي المبحوثين القادرين على القراءة ، وفي المقابل حدث تحسن ملحوظ في مركز أجهزة التسجيل في القرية المصرية ، وكذا مكبرات الصوت والتلفون ، وأجهزت الفيديو .

وعلى النقيض مما تقدم ، أظهرت بحوث أخرى أن الاتصال الشخصي يتفوق على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر للإعلام والمعرفة بالموضوعات المختلفة ، فقد أشارت "نادية سالم" في بحثها حول تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية لدى المواطن المصري ، إلى أن المبحوثين يعتمدون على الاتصال الشخصي أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري في معرفة المعلومات عن الأحداث السياسية المركزية والمحلية . كما أشارت "سامية رزق" في بحثها حول دور الاتصال الشخصي في نشر الأفكار الزراعية المستحدثة في المجتمعات الريفية (١٣) إلى أن جميع المرشدين الزراعيين سمعوا عن فكرة القمح "شذاب" من وكيل الإرشاد بالمركز ، وأن نسبة أقل من النصف (٤٢٫٥٪) عرفت عن طريق المطبوعات المتخصصة في الزراعة ، وأن أكثر من نصف مجموعة الدراسة من المرشدين (٥٧٫٥٪) يعتمدون في توصيل الفكرة إلى الزراع على القادة المحليين دون غيرهم من وسائل الاتصال . وأظهر بحث "علي عوجة" حول دور الإعلام في تنظيم الأسرة بالريف أن الاتصال الشخصي متفوق على وسائل الإعلام كمصدر للإعلام عن وسائل تنظيم الأسرة . وتخلص "شاهيناز طلعت" في بحثها حول دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في مصر بالتطبيق على إحدى القرى

المصرية ، أن وسائل الإعلام الجماهيرى أكثر فاعلية فى نشر المعلومات من الاتصال الشخصى فى حين أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة من وسائل الإعلام الجماهيرى فى تحقيق الإقناع بالأفكار المختلفة ، فى حين ينكر محمود عودة فى دراسته حول أنماط الاتصال والتغير الاجتماعى فى قرية مصرية ، أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة وأهمية من الاتصال الجماهيرى فى نشر المعلومات حول الموضوعات الاجتماعية .

ومن المؤكد أن هذا التناقض والاختلاف فى تحديد مراكز وأدوار وسائل الإعلام المختلفة ، ودرجة اعتماد القرويين عليها ، يعود فى جانبه الأكبر إلى عدم وجود لغة مشتركة أو أطر نظرية واضحة تنطلق منها البحوث فى هذا المجال ، ولم نسمع عن بحث أو دراسة واحدة عثيت أساسا بهذا الموضوع كهدف رئيسى لها ، ولكن الأمر يأتى عرشا فى سياق استمارة استبيان أو استقصاء للرأى ، تتحدد نتائجه على ضوء موضوع البحث ، والاستجابات اللفظية للمبحوث ، فى حين أن الأمر يتطلب معالجة منهجية متكاملة ، ودراسات موسعة أعمق من ذلك بكثير ، يتحدد فى إطارها المصدر الأكثر كفاءة فى ترويج المعلومات بين القرويين ، ودرجة اعتمادهم على هذا المصدر ، ومدى التكامل أو التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة بالقرية المصرية ، وهو ما نأمل أن تتجه إليه البحوث الإعلامية مستقبلا .

٤ - مؤشرات التأثير والفاعلية

يغلب على البيانات المتوافرة حول هذا المؤشر - على كثرتها - طابع الاستنتاج والتخيل ، الذى يعتمد على استجابات المبحوث اللفظية على أسئلة الاستبيانات ، وعادة ما يربط الباحث بين نتائج إقرار المبحوث بالتعرض لوسائل الإعلام والتأثر بمضامين هذه الوسائل ، وهو - كما أوضحنا من قبل - مؤشر مضلل ؛ لأن

إبداء الرأي بالموافقة أو الرفض لايعنى الممارسة والسلوك من ناحية . ومن ناحية أخرى يتجاهل مثل هذا الربط فى أحيان كثيرة الأخذ فى الاعتبار سمات المضمون المقدم ، ومدى فهم المبحوثين واستيعابهم له أو تأثيرهم به فى مجرى حياتهم اليومية . وفى المقابل ، نجد أن التأثيرات التنموية لأجهزة الإعلام هى فى الأساس تأثيرات تراكمية وممتدة ، ويصعب الحصول على مؤشرات دقيقة حولها فى لحظة أنية ، فى حين أن معظم ، إن لم يكن ، كل البحوث الميدانية التى أجريت على القرية المصرية كانت أنية تبغى الحصول على بيانات سريعة ولحظية حول موضوع بحثها ، ومن ثم اهتمت فى جانبها الأكبر بالجوانب الوصفية ، والكمية ، مثل حجم الحياة ، والتعرض ، والإلزام بموضوع معين ... الخ ، دون محاولة تتبع أساليب تشرب القرويين للمضامين الإعلامية ومدى فهمهم الحقيقى لها ، ودرجة تأثير هذه المضامين على تصوراتهم أو مواقفهم الحقيقية إزاء قضايا ومشكلات واقعهم المحلى .

وفى إطار هذه المحاذير ، تقدم لنا البحوث الميدانية بالقرية المصرية بعض المؤشرات حول تأثيرات أجهزة الإعلام بالقرية المصرية على النحو التالى :

- يؤدى الاستماع إلى الراديو بين الأميين إلى زيادة عدم الرضا والرغبة فى التغيير وزيادة الاستعداد والتدريب والبحث عن الحلول الإيجابية لمواجهة المشكلات ، ويزيد من الرغبة فى النزوح من المجتمع المحلى ، فى حين لا يؤثر التعرض للراديو على النظرة حيال المرأة . وقد يؤثر على بعض العادات والتقاليد ويضيف شيئاً من العقلانية أو النظرة العلمية لبعض الاتجاهات ، وينمى حب الاستطلاع للمعرفة ويرجع لبعض القيم المدنية ، ويرشد العادات السلوكية ، ويزكى النظرة الموضوعية للأمور^(١٧) .

- نجحت البرامج الريفية بالإذاعة فى التأثير على آراء القرويين الخاصة بالوعى الصحى والمشاركة أو المساهمة فى مشروعات إصلاح القرية ، وفشلت فى التأثير على آراء مرتبطة بقيم أساسية لدى المبحوثين .
- ساعدت البرامج الريفية فى تزويد نسبة لا بأس بها من الأفراد بمعلومات مقبولة فى عدة موضوعات منها : التجميع الزراعى ، التأمين على الماشية ، عمال التراحيل ، مجالس القرى^(١٨) .
- يرتبط أبناء المجتمع المحلى بالإذاعة الإقليمية كوسيلة فعالة لحل مشكلاتهم والتعبير عن آرائهم ، وأن لإذاعة وسط الدلتا تأثيرا واضحا فى تغطية المنطقة المحلية المستهدفة إذاعيا ، وأن جميع البرامج والمواد الإذاعية التى تقدمها هذه الإذاعة تلقى تعرضا من جانب المستمعين لها . ويفضل الجمهور فيها القرآن الكريم ، والأغاني ، وبرامج الخدمات والأخبار على التوالى^(١٩) .
- ساعد الراديو والصحف فى تزويد القرويين بالمعرفة حول السد العالى والوادي الجديد وغيرهما من الموضوعات غير المحلية .
- ساهم البرنامج العام فى دفع (٤٨,٧٪) من المبحوثين إلى مناقشة الموضوعات السياسية مع الآخرين ، كما ساهم فى دفع (٣٦,٦٪) إلى حضور اجتماع أو ندوة ، وساهم فى دفع (١٨,٩٪) إلى انتخاب رئيس الجمهورية ، وساهم فى دفع (١٢,٣٪) من المبحوثين إلى تقديم شكوى إلى مسئول حكومى^(٢٠) .
- وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية فى نشر المعلومات بالقرية ، وتصل معظم رسائل وسائل الإعلام إلى غالبية الجماهير ، ويوسع التعرض لها آفاق الفلاحين ، ويوجه اهتمامهم إلى المسائل القومية أكثر من المسائل المحلية . وتساهم هذه الوسائل فى عملية اتخاذ القرارات التى تصاحب التغيير الاجتماعى^(٢١) .

- تزاؤل وسائل الإعلام تأثيراً قوياً على المشاركة السياسية ، ويرتبط ذلك بالوضع الاقتصادي والاجتماعي للمواطنين الذين يتعرضون للوسائل الإعلامية المختلفة كما توجد علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام ومعلومات المواطن المصرى الريفى عن الأجهزة السياسية . كما تمارس وسائل الإعلام أثراً كبيراً على نظرة المواطن المصرى الريفى إلى هويته^(٣٧) .
- لا توجد علاقة بين كل من مشاهدة التلفزيون والاستماع للراديو من جانب والمعرفة بكل من القيادات والمؤسسات السياسية وكذا الاتجاهات نحوها . فى حين توجد علاقة بين قراءة كل من الجرائد الحكومية والعربية والمجلات ، وكذا الاتصال الشخصى والمعرفة بكل من القيادات والمؤسسات السياسية والاتجاهات نحوها^(٣٨) .
- تؤدى قراءة الصحف إلى زيادة الشعور بالرضا ، وزيادة التفتح والرغبة فى التغيير ، ورفع درجة الطموح الشخصى^(٣٩) .
- توجد علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وارتفاع نسبة الموافقة على حقوق المرأة فى التعليم (٦٠.٦٪) وفى العمل (٥١.٥٪) وفى اختيار شريك الحياة (٦٥.٦٪)^(٤٠) . وفى المعرفة بوصول المرأة إلى منصب وزير ورئيس وزراء فى بعض الدول الأجنبية^(٤١) .
- لا تؤدى مشاهدة التلفزيون إلى دور رئيسى فى اكتساب المهارات ونماذج السلوك الجديدة ، مقارنة بعوامل أخرى ، أو لا يتجاوز دورها كونها عادة يومية يمارسها الآباء والأبناء معاً^(٤٢) .
- يوجد اقتران بين التعرض للبرامج الصحية وأوجه الاستفادة منها ، وزيادة الوعي الصحى لدى القرويين^(٤٣) .

- أدت عادات المشاهدة للتلفزيون والتلفزيون إلى القضاء على سعة المسامرة ، وتبادل الخبرات ، وتعليم الصغار من الكبار ، والحفاظ على القيم والتراث^(٣٩) .

- تقوم وسائل الإعلام الجماهيرى بنور رائد فى نشر المعرفة والمعلومات عن المستحدثات الجديدة ، فى حين تقوم وسائل الاتصال الشخصى بالحدود الرئيسى فى إقناع الأفراد بسميزات هذه المستحدثات ودفعهم إلى التبنى . ويلعب التلفزيون فى ذلك دوراً رئيسياً فى التعريف بالمستحدثات والأفكار الجديدة فى المناطق الريفية . فقد كان مصدراً رئيسياً للمعرفة بعلاج البلهارسيا (٩١٣/٣٠٠) .

- أحدث دخول أنوات الاتصال الحديثة بالقرية مجموعة من التأثيرات على مستوى مجتمع القرية ، وعلى مستوى الأسرة ، وعلى المستوى الفردى^(٣١) . فعلى المستوى الأول ، ساهمت هذه الأجهزة فى تدوير مكانة ونفوذ بعض الشخصيات والزعامات التقليدية بالقرية ، ولم تترك هذه الأجهزة أية تأثيرات تذكر على معدلات الإنتاج بالقرية ، كما ساهمت فى اختفاء بعض العناصر الثقافية مثل المصطبة ، وبناء المآذن والبيوت . وعلى المستوى الثانى ، أثرت هذه الأجهزة فى تدعيم التحول فى بناء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية ، وتدعيم مكانة المرأة الريفية وتنشئة الطفل القروى ، وتحول الأنماط الاستهلاكية وعادات الطعام للأسرة الريفية . وعلى المستوى الثالث ، ساهمت أجهزة الاتصال فى تحسين وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق والقضايا المحلية والقومية ... الخ .

٥ - مؤشرات حول المضامين الريفية

البيانات المتوافرة في هذا الجانب محدودة بمحتوية عدد الدراسات التي أجريت حتى الآن بغية الكشف عن طبيعة المضامين الريفية المثارة عبر أجهزة الإعلام المختلفة . فالأمر لا يتجاوز بضع دراسات محدودة في نطاقها وأهدافها ، ومع ذلك يمكن تلمس المؤشرات التالية من هذه الدراسات :

- لم تتجاوز نسبة البرامج الريفية (٠.٤٪) من إجمالي ساعات الإرسال التلفزيوني عام ١٩٧٨ ، كما تهتم هذه البرامج بتقديم مضمون يتعلق بالإنتاج الزراعي بشقيه النباتي والحيواني أكثر من الاهتمام بجوانب الحياة الاجتماعية بالقرية^(٣٦) .

- يظهر المجتمع الحضري في مسلسلات التلفزيون بنسبة (٨٠٪) ، في حين يظهر المجتمع الريفي في هذه المسلسلات بنسبة (٢٠٪) فقط^(٣٧) .

- تعتمد غالبية البرامج الريفية المذاعة في تقديمها على أسلوب الحوار أكثر من تقديم المعلومات بصوت المذيع فقط ، كما تعتمد غالبية البرامج الريفية على المصادر المتخصصة أو المستولة أكثر من اعتمادها على المذيع فقط^(٣٨) . وتقدم (٣٥٪) من فقرات البرامج الريفية باللغة العامية ، (١٩٪) بالفصحى ، (٤٩٪) جمعت بين العامية والفصحى^(٣٩) .

- يظهر الفلاح في الأفلام والمسلسلات والتمثيلات وهو أمي بنسبة (٥٦.٤٪) ، كما يظهر وهو لا يقتنع بالطب والعلاج عن طريق الأطباء بنسبة (٥٥.٦٪)^(٣٧) .

- قلة اهتمام الصحف اليومية بشئون الريف ، ولا تتجاوز المساحة المخصصة لهذا القطاع على صفحات هذه الصحف نسبة (١.٢٪) من مساحتها الكلية . كما يرتبط ظهور المواد الريفية على صفحات هذه الصحف بنشاط المسؤولين والمناسبات العامة . كما ترد غالبية المواد الريفية على لسان المسؤولين

الحكوميين دون غيرهم من المصادر^(٣٧) .

- ومن المؤكد أن الأمر في حاجة إلى تجاوز مثل هذه المؤشرات الكمية - على قلتها - إلى الجوانب الكيفية للمضامين الموجهة إلى القطاع الريفي ومنها :
- نوعية الأفكار والتصورات التي تحملها هذه المضامين .
- الجوانب القيمة في هذه المضامين .
- مدى كفاية هذه المضامين وقدرتها على تلبية احتياجات القطاع الريفي من المعرفة .
- وظائف وأهداف المضامين الريفية .
- مدى مواكبة هذه المضامين مع برامج وخطط التنمية المستهدفة بالقطاع الريفي .

طامسا، الموقف البحثي والبحث الراهن

يتسم الموقف البحثي الراهن حول الإعلام والقرية المصرية في عموميت - وعلى ضوء العرض السابق - بالضعف والقصور ، ومؤشرات ذلك نوجزها فيما يلي :

١ - غياب وجود أطر نظرية واضحة للجانب الأكبر من البحوث الإعلامية ، وقيام معظمها على التصور التقليدي (المثير - الاستجابة) أو (العرض - التأثير) وهو التصور التقليدي السائد منذ مطلع الثلاثينيات من هذا القرن ، وتجاوزه الاتجاهات الحديثة في بحوث التأثير الإعلامي .

لقد أصبح من الصعب التسليم بمحورية عمليات أجهزة الإعلام في التغيير الاجتماعي في الريف المصري ، حيث توضح الدراسات النقدية لأجهزة الإعلام أن الآثار التي تحدثها هذه الأجهزة في تعديل السلوك ضئيلة للغاية ، وأن أجهزة الإعلام الجماهيري لا تمارس تأثيرا على السلوك

الفعلى للأفراد ، مثل التأثير الذى تمارسه النظم والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والدينية والتعليمية والقروية وغيرها التى يعمل فى إطارها الأفراد ، وترتبط بظروف حياتهم الفعلية ، حيث تتمتع مثل هذه النظم بالإضافة إلى الفترة الطويلة التى يستغرقها نشاط كل منها بالتأثير على الفرد فى إطار عملية التنشئة الاجتماعية منذ الطفولة .

إن الاتصال بأشكاله وأساليبه المختلفة لا يخلق حقائق ، وإنما يعكس حقائق قائمة ، ويميل فى الجانب الأكبر من عملياته إلى التدعيم والمحافظة على الأوضاع القائمة وتثبيتها أكثر من تغييرها ، وذلك على ضوء الطريقة التى يوظف بها الاتصال فى المجتمع ، وبالتالي فإن فهم آليات الاتصال فى القطاع الريفى وفى فترة زمنية معينة لا يتسنى بمعزل عن فهم الجوانب التالية:

- أ - وضعية أجهزة الاتصال فى المجتمع وعلاقتها بالبناء السياسى والاجتماعى ، بل والمجتمع الدولى ومؤسسات الاتصال الدولية .
- ب - البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى القرية المصرية ، وعلاقة هذه البنية بالبناء الأكبر للمجتمع المصرى .
- ج - الخلفية الاجتماعية والثقافية للقائمين بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية ، ومدى فهمهم لنورهم والجمهور القروى الذى يتوجهون إليه .
- د - طبيعة المضمون الإعلامى الموجه إلى القطاع الريفى ، وتحديد سمات هذا المضمون وخصائصه ، والوقوف على نوعية القيم والأفكار التى يسعى إلى طرحها وإثارتها ، وحجم الاهتمام بقضايا ومشكلات القطاع الريفى .

هـ - تحليل مختلف فئات الجمهور القروى والتعرف على سماتهم وخصائصهم الاجتماعية والثقافية ، وكذا حجم تعرض كل منهم للمضمون الإعلامى واستخدامه له ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم ، وأشكال الإنباع التى تحققها لهم .

و - تحديد وحدة التأثير ومستواه ، وما إذا كانت هذه الوحدة هى الفرد ، أم الأسرة ، أم المجتمع القروى ككل ، مع ضرورة التمييز بين التأثيرات الآتية والسريعة لعمليات أجهزة الإعلام والتأثيرات التراكمية والممتدة لهذه الأجهزة ، وكذا بين التأثيرات فى المعارف أو الاتجاهات أو السلوك .

إن النظر إلى تأثير أجهزة الإعلام فى المجتمع القروى يصعب الكشف عنه فى لحظة آنية لكن الأمر يتطلب دراسة تتبعية ومقارنة وتكامل منهجى ، يقوم عليه فريق بحثى متعدد التخصصات فى إطار برنامج موسع يستطيع أن يتناول الأبعاد المختلفة لعمليات أجهزة الإعلام فى القطاع الريفى ورصد وتحليل تأثيرات هذه الأجهزة ، على ضوء الوسط الاجتماعى ، والثقافى الذى تعمل فيه فى القطاع الريفى .

٢ - غياب الرؤية التكاملية فى البحث الإعلامى فى القرية ، ويتبدى ذلك على مستويات عدة منها :

تركيز الدراسات على أطراف أو عناصر معينة فى العملية الاتصالية، وإهمال الأخرى ، فنجد - مثلاً - تزايداً فى الاهتمام بدراسات الجمهور ، وغياب الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال .

النظرة الجزئية المحدودة للموضوعات المبحوثة ، التى لا تأخذ فى اعتبارها السياق المجتمعى الأكبر لهذه الموضوعات بلإعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

٣ - صياغة المشكلات والموضوعات البحثية تنسم فى غالبيتها بالعمومية وتفقر إلى التعمق والتحديد ، ويتبدى هذا بوضوح عند مراجعة عناوين هذه البحوث أو الأهداف التى أعلنت عنها ، وترتب على ذلك انفصال واضح بين بدايات ونهايات هذه البحوث ، أو بين التساؤلات والإجابات أو بين الافتراضات والنتائج التى توصلت إليها .

٤ - الأساليب والأدوات المنهجية المستخدمة محدودة وقاصرة عن تحقيق أهداف هذه البحوث . فقد أظهر البحث الاعتماد الشديد فى غالبية البحوث الإعلامية على أداة الاستبيان بمفردها لتحقيق أهدافها ، رغم الصعوبات الشديدة التى تواجه تطبيق هذه الأداة فى القرية ، وتحذ من كفاءتها فى توفير بيانات دقيقة وموثوق بها .

وفى رأينا ، فإن الأساليب والأدوات المنهجية التى ينبغى أن يعنى بها البحث الإعلامى فى القرية المصرية ، من أجل الحصول على بيانات كيفية موثوق بها تتحدد فى الملاحظة بالمشاركة ، والمناقشات الجماعية والحوارات المتعمقة ، ودراسة الحالة ، والمنهج المقارن ، والدراسات التتبعية .

٥ - غيبة التفسير الاجتماعى أو الكيفى للبيانات والمؤشرات التى توفرها هذه البحوث .

٦ - وأخيرا ، عدم مواكبة هذه البحوث للتغيرات الجديدة التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية . لقد شهد المجتمع القروى فى الحقب الأخيرة العديد من التغيرات منها :

تزايد تيار الهجرة الخارجية ذهابا وإيابا ، والرواج المادى لدى بعض الفئات ، والارتفاع النسبى فى معدلات التعليم والوعى لدى القرويين والتغير فى بناء الأسرة ، ودور المرأة الريفية وتغلغل بعض الأنماط الحضرية ... الخ. وأمام هذه التغيرات أصبحنا فى وضع يتطلب العديد من البيانات والمؤشرات حول :

- الاحتياجات الإعلامية الجديدة للقرية المصرية .
- أنماط الاتصال الأكثر رواجاً وفاعلية بالقرية حالياً .
- مدى اعتماد القرويين على وسائل الاتصال كمصدر للمعرفة .
- مدى التفاعل بين أنماط الاتصال المختلفة .
- نوعية قيادات الراى الجدد بالقرية .
- علاقة الإعلام بما تشهده القرية من تغييرات فى المجالات التالية :
السلوك الاستهلاكى ، العادات الغذائية، تنشئة الطفل ، البناء
الأسرى ، العلاقات العائلية ، التغيرات القيمية وبالذات فيما يتعلق بالأرض
والهجرة ، والاسخار ، والتعاون والتدين ... الخ .
- مواقف وتصورات القرويين وأسلوب تفاعلهم مع أجهزة الإعلام .
وأيا كان الأمر ، فإن ثمة بعض القضايا الإعلامية التى أصبحت
تفرض نفسها وإلحاح حالياً وعلى البحث الإعلامى مهمة مواجهتها
مستقبلاً ومعناها :
- مصداقية أجهزة الإعلام فى الريف على ضوء الممارسات والخبرة
التاريخية لدى القرويين مع هذه الأجهزة .
- العلاقة الراهنة بين نمطى الاتصال الجماهيرى والشخصى فى القرية ،
وكيفية تحقيق التكامل بين كلا النمطين مستقبلاً لصالح التنمية المرتقبة

بالقطاع الريفي .

- تأثير انتشار تكنولوجيا الاتصال الصغيرة : الفيديو ، شرائط الكاست ،
التليفون وغيرها في المجتمع الريفي ، وإلى أى حد تساعد هذه
التكنولوجيا على التكامل أو الانفصال بين نسق الاتصال الجماهيري
المركزي ونسق الاتصال الشخصي المحلي في المجتمع القروي .

- تأثير البث التليفزيوني الخارجي المباشر والمتقرب على المجتمع القروي
والثقافة المحلية .

- العوامل والأسباب التي أعاقَت تجارب إقامة نسق للاتصال الجماهيري
المحلي (إذاعة ، صحافة ، تليفزيون) في المناطق المحلية ، وكيفية التغلب
على هذه العوائق .

- الاحتياجات الإعلامية للقرويين والمصادر الأساسية التي يعتمدون عليها
لإمدادهم بالمعلومات والمعارف المختلفة .

وعلى ضوء العرض السابق ، تتضح أهمية البحث الراهن الذي نسعى من
خلاله لوصف وتحليل بناء الاتصال بالقرية المصرية ، فهو من ناحية محاولة لتوفير
مؤشرات واقعية حول عدد من الجوانب والقضايا الإعلامية السابق الإشارة إليها
كما أنه من ناحية أخرى ، تطوير للدراسات التي سبق للمركز القومي للبحوث
الاجتماعية والجنائية إجرائها بالقرية المصرية . فقد سبق للمركز القيام بدراستين
مهمتين في هذا المجال : الدراسة الأولى ، استهدفت تقويم وسائل الإعلام في
الريف "البرامج الريفية بالإذاعة" . واستهدفت الدراسة الثانية بحث تأثير التكامل
بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات على التنمية الريفية .

لقد انصب البحث الأول على الإذاعة ، وجرى التحرك في هذا البحث على
ثلاثة مستويات أساسية : المستوى الأول ، تحديد فهم الريفيين للبرامج الريفية .

والمستوى الثانى ، بحث تأثير البرامج الريفية على معلومات وآراء الريفيين .
والمستوى الثالث ، تحليل مضمون البرامج الريفية ، وقد اتبع البحث فى دراسته
للمستوى الأول والثانى الطريقة التجريبية ، التى تقوم على أساسى انتقاء عينة
تجريبية وأخرى ضابطة من المشتغلين بالزراعة ، والذين لا تقل أعمارهم عن
١٥ سنة كما استخدم استمارة البحث لقياس حجم التعرض والوقوف على آراء
ومعارف المبحوثين فى كل من العينة التجريبية والأخرى الضابطة . وفى المستوى
الثالث ، طبق تحليل المضمون على درجة إذاعية كاملة للتعرف على حجم ونوع
المضمون الريفى المطروح .

وفى بحث التأثير التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات على التنمية
الريفية ، حددت وسائل الإعلام فى الراديو ، والتلفزيون ، والصحف ، والمجلات ،
واتبعت الطريقة التجريبية أيضا ، حيث طبق البحث فى أربع قرى : ' هو ' ،
' الرحمانية ' بمحافظة قنا ، 'الرجدية' ، و'دمرو' بمحافظة الغربية ، وتحددت عينة
البحث على أساس :

- عينة لا تتعرض لأى وسيلة إعلامية ، وتكون بمثابة المجموعة الضابطة .
- عينة تتعرض للراديو فقط .
- عينة تشاهد التلفزيون فقط .
- عينة تشاهد التلفزيون وتسمع الراديو معا .
- عينة تسمع كل وسائل الإعلام راديو وتلفزيون ، وتقرأ الصحف والمجلات .

ومع نكته الإجراءات المنهجية فى البحثين المشار إليهما ، والأهمية البالغة
للنتائج النهائية لهما ، إلا أن بياناتهما تظل فى حاجة إلى تحديث ، فقد انقضت
فترة طويلة نسبيا على إجرائهما ، شهدت خلالها الأوضاع فى القرية المصرية
تغييرات وتحولات عدة كان لها بلا شك تأثيرها على بناء الاتصال القائم بالقرية .

وكما أشرنا من قبل اقتضت دراسة تقويم وسائل الإعلام فى الريف على الإذاعة ، وعلى جماعة المشتغلين بالزراعة فقط من بين سكان القرية المصرية . ومع الشمول النسبى لبحث تأثير التكامل بين وسائل الإعلام وأجهزة الخدمات ، واهتمام هذه الدراسة بكل من الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات وقادة الرأى المحليين ، إلا أن بناء الاتصال الراهن فى القرية المصرية أصبح - يتضمن بالإضافة إلى ذلك - أنوات أخرى مهمة لم يتم تناولها بصورة واضحة من قبل ، مثل الفيديو وأجهزة التسجيل والتليفون ... الخ . وقد استخدمت دراسة تقويم وسائل الإعلام فى الريف تحليل المضمون ، والمقابلة ، واستمارة البحث . وأضاف بحث تأثير التكامل بين أجهزة الإعلام وأجهزة الخدمات إلى هذه الأنوات الطريقة السيسومترية فى تحديد قادة الرأى . والمؤكد أن دراسة بناء الاتصال فى حاجة إلى تطوير هذه الأنوات ، وإدخال معالجات منهجية أخرى كالملاحظة ، وجلسات الاستماع ، ودراسة الحالة والحوارات القرية والجماعية ... الخ .

إن تطوير الدراسة الراهنة للبحوث والدراسات الإعلامية السابقة يقوم على أساس :

١ - الرؤية الكلية لمجمل النشاط الاتصالى فى القرية المصرية ، وذلك عوضاً عن الرؤية الجزئية التى تهتم بأداة أو وسيلة واحدة أو حتى عدة وسائل . حيث يهتم بحث بناء الاتصال بغوات التلفزيون ، والراديو ، والصحف والمجلات ، والإذاعة المحلية ، والتسجيل والفيديو ، وكذا قنوات الاتصال الشخصى بالقرية ، كما تتمثل فى الأسواق ، والمقاهى ومؤسسات الخدمات ، والمسجد ... الخ ، ويؤدى مثل هذا الشمول فى التعامل مع النشاط الاتصالى ، ليس فقط على تدعيم القدرة على تحديد مراكز وأنوار كل وسيلة إعلامية فى بناء الاتصال ، ولكن أيضاً فى فهم مدى التكامل أو التقاير فى

هذا البناء ، وبالأذات العلاقة بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى بنوعيهما الرسمى والطبيعى ، وهو مطلب ملح كما أشرنا من قبل ، وبالأذات لتلمس اتجاهات التفسير المستقبلى فى بناء الاتصال ، وتحديد كفاءة هذا البناء فى تحقيق أهدافه ووظائفه المقترضة بالقرية المصرية .

٢ - التعدد المنهجى للبحث ، فوصف وتحليل مكونات وفاعليات بناء الاتصال الراهن بالقرية المصرية يتضمن :

تحليل محتوى المضامين الريفية الموجه إلى القطاع الريفى على مستوى نسق الاتصال الجماهيرى - المركزى والمحلى - بما يتطلبه ذلك من استخدام "تحليل المضمون" للكشف عن مجموعة الأفكار والمعارف والقيم والتصورات المطروحة التى يحملها هذا المضمون . ولما كان المضمون الإعلامى الموجه إلى القطاع الريفى يرتبط ارتباطا وثيقا بالرؤى والتوجهات السياسية ، وبطبيعة التحولات التى يمر بها المجتمع ، وما يروج به الواقع من سياسات وإجراءات ، فإن البحث الراهن يتجه إلى تحليل التوجهات والسياسات الإعلامية والخطاب العام ، وبالأذات تجاه القطاع الريفى .

كما يتجه البحث إلى الدراسة الحقلية ، بهدف وصف مكونات بناء الاتصال وتحديد فعالياته فى مجتمع القرية . ويجرى التعامل هنا مع بناء الاتصال على مستويين : قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزى ، والمحلى ، والدولى) وقنوات الاتصال الشخصى بنوعيهما (الطبيعى والرسمى) وبأنواعها المختلفة (مكبر الصوت ، التلفون ، شرائط التسجيل) . ويستخدم البحث لرفع بيانات واقعية حول هذه الجوانب ، استثمار البحث ، والملاحظة المباشرة ، والمقابلة والبطاقة الإحصائية ، والحوارات والمناقشات القرية

والجماعية ، وجلسات الاستماع ودراسة الحالة ، والأسلوب المقارن في تكامل منهجى يتسق وشمول أهداف البحث واتساع نطاقه .

٣ - يتجاوز البحث في دراسته للسلوك الاتصالي وفاعليات أدوات الاتصال بأنواعها المختلفة ، التركيز على الآراء أو اتجاهات الباحثين لكل وسيلة اتصالية على النحو الشائع في الدراسات السابقة إلى الاهتمام بمعارف المبحوث وتصوراتة إزاء كل وسيلة اتصالية ، وقدرته الفعلية على استخدام هذه الوسيلة أو توظيفها .

٤ - وأخيرا يهتم البحث الراهن لبناء الاتصال في القرية بدراسة التأثيرات القيمة لأجهزة الاتصال في القرية المصرية ، وحيث كثر الحديث عن التأثيرات البالغة لأجهزة الإعلام على جوانب عديدة من مكونات البناء الثقافى في القرية ، وبالأذات مايتعلق منها بقيم العمل والإنجاز ، والاستهلاك ، والانخار ، والتعليم ، والأرض ، والهجرة والعلاقات العائلية والترابط الأسرى . وينهض العمل الراهن للتحقق من حقيقة الدور الإعلامى في هذا المجال على ضوء تحليل السياسات الاتصالية ، والمضمون الإعلامى ، والدراسة المحلية للجمهور .

المراجع

- ١ - عبد الفتاح عبد النبى ، الإعلام والواقع الثقافي في القرية المصرية في المسألة الفلاحية والزراعية في مصر ، أبحاث ومناقشات الندوة التي عقدت بالقاهرة ، مركز البحوث العربية ، أبريل ١٩٩١ .
- ٢ - عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ من ٢١٥ .
- ٣ - عبد الفتاح عبد النبى ، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية ، دراسة ميدانية بمنطقة شبه حضرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ٤ - السيد بهنسى حسن ، وسائل الإعلام المحلية ودورها في تزويد الطفل المصرى بالمعلومات ، دراسة تطبيقية مقارنة ، رسالة دكتوراه ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٧٩ .
- ٥ - يمكن القارئ عقد هذه المقارنة بنفسه من خلال القائمة البيبلوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية المصرية في نهاية هذه الدراسة .
- ٦ - انظر على سبيل المثال بحث :
حسن الخولى ، بناء الاتصال في قرية عصفور محافظة الدقهلية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٧ - راجع بيانات بحث :
يحيى أبو بكر وعبد المعز عبد الرحمن ، دراسة استطلاعية لإذاعة محلية ، القاهرة ، اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع الهيئة العامة للاستعلامات واتحاد الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٨٠ .
- ٨ - انظر بحث :
إبراهيم سمعد عبد الكريم ، دور إذاعة وسط الدلتا في خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .
- ٩ - انظر في ذلك بحث :
عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .
- ١٠ - هبة سعد أحمد مختار ، تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة في الريف المصرى ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .
- ١١ - نوال محمد عمر ، دراسة سوسيولوجية عن دور السينما في التنمية الاجتماعية بالتطبيق على ثلاث قري ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، ١٩٧٩ .
- ١٢ - على صالح أبو العز ، تقييم البرامج الريفية في تليفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ١٣ - محيى عبد الطليم ، الإعلام الحكومى وأثره في الرأى العام المحلى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ١٩٧٣ .

- ١٤- محمد معوض إبراهيم ، دور التلفزيون في التنمية الاجتماعية في الريف المصري ، دراسة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ١٥- عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، القاهرة العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .
- ١٦- سامية رزق ، دور الاتصال الشخصى في نشر الأفكار الزراعية المستحدثة في المجتمعات الريفية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ١٧- راجع في ذلك على سبيل المثال نتائج بحث يوسف مصطفى الحارونى ، دور رسائل الإعلام في خلق النظرة العلمية في مصر وعاطف عدلى العبد ، دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية .
- ١٨- انظر في ذلك بحث :
 ناهد صالح ، تكوين وسائل الإعلام في الريف ، البرامج الريفية بالإذاعة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .
- ١٩- انظر في ذلك بحث :
 إبراهيم سعيد عبد الكريم ، دور إذاعة وسط الدلتا في خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .
- ٢٠- انظر في ذلك :
 عبد الخبير محمود عطا ، وسائل الإعلام والتنمية السياسية في الدول النامية، البرامج السياسية في إذاعة القاهرة ، كحالة للدراسة ، رسالة دكتوراه ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ٢١- انظر في ذلك :
 شاهيناز طلعت ، دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ٢٢- انظر في ذلك :
 نادية سالم ، تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية عند المواطن المصري ، دراسة تجريبية على عينة من الريف ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠ .
- ٢٣- خيرى معوض محمد ، دور الاتصال في التنمية السياسية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٩٢ .
- ٢٤- يرمف مصطفى الحارونى ، مرجع سابق .
- ٢٥- انظر في ذلك بحث :
 محيى الدين عبد الحليم ، الإعلام الينى وأثره في الراى العام ، دراسة ميدانية في الريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ٢٦- عاطف عدلى العبد ، دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة الريفية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٢٧- انظر في ذلك :

محمد حسن عبد الله ، مشاهدة التلفزيون وعلاقتها بالتوافق الشخصي والاجتماعي لدى بعض أطفال الريف المصري ، رسالة ماجستير كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٨٦ .

٢٨- ميرفت محمد كامل مرسى ، تأثير وسائل الاتصال على تنمية الوعي الصحى فى مصر ، دراسة تجريبية على قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٦ .

٢٩- عبد الوهاب كحيل ، تأثير التلفزيون والتلفيدو على القرية المصرية ، دراسة ميدانية على عينه من أسر المهاجرين العاملين ، مكتبة المدينة ، مدينة نصر ، القاهرة ، ١٩٧٨ .

٣٠- انظر في ذلك :

حنان فاروق محمد ، دور الاتصال فى انتشار المستحدثات ، دراسة تطبيقية على لانتشار مجموعة من المستحدثات الاقتصادية والصحية فى مصر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٠ .

٣١- عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .

٣٢- نرجس حلمى بباوى ، دور التلفزيون كوسيلة إعلامية فى نشر الإعلام الزراعى فى الريف المصرى ، بالتطبيق على البرامج الريفية بالتلفزيون المصرى ، رسالة ماجستير كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

٣٣- محمد نبيل مظهر ، الصورة التى تعرض بها المهن من خلال الدراما التلفزيونية وتأثيراتها على الجمهور ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٣٤- نرجس حلمى بباوى ، مرجع سابق .

٣٥- ناهد صالح ، مرجع سابق .

٣٦- إيمان مصطفى السنجرى ، صورة الفلاح المصرى فى الدراما التى يعرضها التلفزيون ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

٣٧- انظر فى ذلك :

عبد الفتاح عبد النبى ، الصحف اليومية فى مصر ولقضايا تنمية الريف ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٣ .

الفصل الثاني

الإطار المنهجي للبحث

أولاً : التوجه النظري والمنهجي

١ - على ضوء الخطة العامة لبحث مستقبل القرية المصرية ، ونتائج الدراسة التحليلية للبحوث الإعلامية السابقة ، والتي تؤكد أهمية الطابع الشمولى للدراسة ، فإن الدراسة الراهنة تهتم فى بحثها لبناء الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد فعالياته ، على أهمية الرؤية الشمولية للبحث التى تأخذ فى اعتبارها العناصر الأساسية الفاعلة فى العملية الاتصالية ، وهنا يتحرك البحث على مستويات عدة ، مستوى تحليل السياسات الاتصالية الموجهة إلى القطاع الريفى ، ومستوى تحليل الموضوعات والبرامج المطروحة عبر وسائل الإعلام المختلفة ، والتى تستهدف جمهور القرويين ، ومستوى الدراسة الميدانية للجمهور التى تأخذ فى اعتبارها مختلف أشكال الاتصال الجماهيرى بنوعيه : المركزى ، والمحلى ، والشخصى بنوعيه : الرسمى والشخصى) ، وكذا الاتصال الجمعى . كما تأخذ هذه الرؤية الشمولية فى الاعتبار تأثير البعد الدولى والإقليمى على مكونات بنية الاتصال فى القرية ، كما تتمثل فى حركة الهجرة والانتقال الدائمة والعائدة أو تأثير الإذاعات والبرامج الموجهة التى تصل مباشرة إلى القرويين ، أو كما هو متوقع فى المستقبل المنظور من خلال البث التليفزيونى المباشر .

٢ - إن محاولة وصف وتحليل بنية الاتصال وتحديد كفاءتها واستشراف مستقبلها في القرية المصرية ، تتطلب إطارا نظريا واضحا ومتاسكا ، ومراجعة نقدية لبعض المفاهيم والمقولات المستخدمة في التحليلات الإعلامية . ونعني بالتحديد مفاهيم التبعية الإعلامية ، والسيطرة الإعلامية ، وتزييف الوعي ، والحق في الاتصال ، والمشاركة في الإعلام . ونرى أن المفهوم المستخدم ينبغي أن يكون على مستوى التجريد سليما أى يطول بالفعل مختلف العناصر الأساسية للعملية الاتصالية ، فإذا كان قاصرا ، فإنه يعطينا فكرة غير صحيحة عن العملية الاتصالية ومكوناتها الأساسية ، وهو بالتالى يضر بالدراسات الحقلية إذا استخدم في توجيهها . ومن منطلق الخطوة الرئيسية لبحث مستقبل القرية ، والتي تؤكد أهمية المشاركة الشعبية في إنجاز التنمية وتحسين الأوضاع بالقرية المصرية ، فإننا نرى أن الاتصال بأنماطه وأشكاله المختلفة يمكن أن يسهم في تحقيق هذه المشاركة ، وإن ذلك يتوقف على القدرة على الاتصال التي يتمتع بها كل عنصر من العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية ، القائمون بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية ، الرسائل الإعلامية المثارة ، وكذلك قدرة النظام السياسي أساسا على الاتصال باعتبار عملية الاتصال في النظرة الكلية هي جزء لا يتجزأ من هذا النظام تؤثر فيه وتتأثر به .

وعلى ضوء ذلك ترى الدراسة أن فهم وتشخيص بناء الاتصال في القرية ، وتحديد فعالياته وتأثيراته القيمة لايتسنى بمعزل عن الحقائق التالية :

١ - إن البنية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شهدت في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات التي تركت بصماتها الواضحة على بنية الاتصال بالقرية المصرية . فعلى المستوى الاقتصادي ، تزايد ضغط

السكان على عنصر الأرض إلى الحد الذى أصبح معه هذا العنصر غير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء ، وبالتالي تزايد اعتمادهم على المدينة فى تلبية هذه الاحتياجات ، يضاف إلى ذلك ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى ، والذى لم تتجاوز فى السنوات الأخيرة معدل (٢١٪) من إجمالى الاستثمارات القومية * . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى - على قلته - لصالح سكان المدينة ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية الرئيسية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح . وقد أفضى ذلك مع غيره من العوامل إلى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى أصبحت تشغل بال القرويين ومنها ، قلة العائد من العمل الزراعى ، وضعف إنتاجية الأرض الزراعية ، وتزايد الميل إلى الاعتماد عليها بالتبوير أو التجريف أو البناء ، واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع أسعار العمالة الزراعية ، وتزايد الميل إلى الهجرة أو امتنان من أخرى غير العمل الزراعى فى محاولة لتعويض الانخفاض فى العائد من العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت أهم التغيرات فى أساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية ، وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية . والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وأنوار المرأة الريفية . وعلى المستوى الثقافى ، نجد أن أنساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت تعاني الاضطراب والخلط والصراع .

* انظر فى ذلك : مجلس الشورى ، السياسة الزراعية (تقرير لجنة الإنتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد الثانى ١٩٨٢) .

وتؤثر هذه التغيرات على جوانب عديدة من مكونات بنية الاتصال بالقرية المصرية . فالقول - مثلا - بوجود حراك اجتماعي لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى أساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية ، وتزايد القدرة الاتصالية لبعض الفئات ، وتغير فى أساليب التعرض والتعامل مع أجهزة الإعلام ، وفى مراكز وأدوار قادة الرأى التقليديين بالقرية . كذلك فإن الحديث عن قلة العائد الزراعى ، وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغيرا فى الاحتياجات والاهتمامات الأساسية للقرويين ، وهى جوانب فاعلة فى تحديد كثافة العملية الإعلامية . كما تؤثر التغيرات القيمة المشار إليها ، ليست فقط فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين إعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة ، ولكن على التعرض أصلاً لهذه الوسائل ، أو الإقبال على نوعيات معينة من المضامين الإعلامية المثارة خلالها .

٢ - اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى . فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالأدوات فى الحقب الأخيرة ، أصبح من المتعذر حتى على المستوى الإجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة ^(١) . وأصبح الحديث شائعا عن ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها فى إطار تزايد ارتباط الريف بالمدين ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتاهمصر قبل عام ١٩٥٢ ، وأصبح من المألوف أن ترى الضغط على وسائل المواصلات المتجهة من القاهرة والمدين الكبرى إلى الأقاليم فى الأعياد والمواسم ، وأن نرى العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون الراضعون للغايبين من

الريف إلى المدينة ، كما حملها العائدين من الهجرة المؤقتة للعمل فى الخارج والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد أجهزة التلفزيون والتسجيل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى ، وتزايد حركة انتقال القرويين من وإلى القرية المصرية ، يعنى اختفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم ، وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث . كما يعنى من ناحية أخرى ظهور احتياجات إعلامية جديدة تؤثر بالضرورة على أنوارومراكز أساليب الاتصال المختلفة .

٢ - إن جانباً كبيراً من المضامين الإعلامية المتجه إلى الريف عبر أجهزة الإعلام الرسمية ، يجرى إعداداه وصياغته من أعلى فى المركز ويعيداً عن مشاركة القرويين أو مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية ، مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ، ويقلل من اعتماد القرويين عليها ، ويدفعهم بالتالى إلى إقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية أخرى .

٤ - إن فهم تأثيرات أجهزة الإعلام على الثقافة القروية لا يتسنى مع النظرة الأنية والجزئية لهذه التأثيرات والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها ، وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الإعلامية * .

وإنما يمكن أن يتم هذا الفهم بصورة أفضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنسق الاتصال ككل فى مجتمع القرية . وإن هذه التأثيرات قد

* راجع نتائج القراءة النقدية للبحوث الإعلامية فى القرية المصرية (الفصل الأول) .

تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتغيير الشامل لما هو سائد فى أسلوب حياة القرويين . ويتحدد ذلك طبقا للطريقة التى تتخلف بها أجهزة الإعلام من خلال النخبة السياسية ورؤية القرويين لهذه الأجهزة ، وأسلوب تعاملهم معها ، أو استخدامهم لها ، أو اعتمادهم عليها .

٥ - ينبغى أن يفهم - أو لعله قد اتضح مما سبق - أن التغيرات الثقافية فى المناطق الريفية لا ترجع إلى تأثير أجهزة الإعلام فحسب . فهناك العديد من العوامل الأخرى الفاعلة فى هذا المجال كتلك الخاصة بسياسات التنمية الزراعية ، وبراىج التنمية الريفية ، وانتشار التعليم والهجرة ، وانفتاح القرية على العالم الخارجى ، وعلاقة القرية بالمدينة والدولة وغيرها ، حيث تتفاعل هذه العوامل معا ، وتؤثر فى مجريات التغيير الثقافى فى القرية المصرية . وتتطلب الدراسة المتكاملة لهذه التغيرات ، الأخذ فى الاعتبار دور كل من هذه العوامل وتأثيرها فى واقعه ، وبالتالي فإن تركيز الدراسة على الكشف عن دور أجهزة الإعلام وانعكاس ممارستها على الواقع الثقافى بالقرية المصرية ، لا يقلل من تأثير العوامل الأخرى أو يلغيها ، وإنما يؤكد دورها الفاعل فى تداخله مع دور أجهزة الإعلام ، حيث تشكل معا ، العوامل الفاعلة فى تحديد مجريات التغيير الثقافى بالقرية المصرية .

ثانياً: أهداف العمل الميدانى

ويهدف العمل الميدانى أساساً إلى:

- ١ - وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية ، وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

- ٢ - الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة ، وتحديد مراكز وأوار كل منها على ضوء التغيرات الجديدة بالقرية المصرية .
- ٣ - الوقوف على مدى تغلغل وسائل الاتصال الجماهيرى بالقرية ، وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالقرية ، وأسلوب تعامل القرويين مع هذه الوسائل ورؤيتهم لها .
- ٤ - التعرف على مدى اعتماد القرويين على أنماط الاتصال المختلفة ، وقدرة كل نمط على تلبية احتياجاتهم من المعارف والمعلومات المختلفة .
- ٥ - تحديد علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمية التى حدثت بالقرية ، وبالاتى حول قيم العمل ، الأرض ، التعليم ، الهجرة ، الانخار ، والتضامن الأسرى.
- ٦ - تحديد الأساليب والطرق (البدائل) التى يمكن فى إطارها ترشيد الخلل أو أوجه الضعف والقصور فى بناء الاتصال الراهن بالقرية المصرية على ضوء البدائل التالية :
- أ - مايرتبط على استمرارية السياسات والأوضاع الراهنة بمستوياتها المختلفة .
- ب - ما يحدث فى حالة إدخال بعض التصسينات والتعديلات فى السياسات والأوضاع الراهنة .
- ج - فى حالة إحداث تغيير جذرى فى الظروف والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والقانونية فى القرية ، وسيادة رؤية تنموية شاملة تتفاعل مع الأوضاع القائمة وتلبى احتياجات مختلف فئات القرويين .

وتترجم أهداف البحث الميداني في شكل التسائلات التالية ،

س١ : ما مكونات بنية الاتصالات القائمة بالقرية المصرية ، وما مدى تأثير هذه البنية بالتغيرات التي طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟ وينبثق من هذا التساؤل الرئيسى مجموعة التسائلات الفرعية التالية :

١ - ما أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بالقرية ؟

ب - ما حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الإعلام المختلفة بالقرية ؟

س٢ : ما مدى اعتماد القرويين على أساليب الاتصال المختلفة فى تزويدهم بالمعارف والمعلومات ؟ وما رؤيتهم لكل وسيلة إعلامية ودورها فى حياتهم ؟

س٣ : ما مكانة ودور الاتصال الشخصى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ؟

س٤ : ما مكانة ودور الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ؟

س٥ : كيف لتحديد العلاقة بين مختلف مكونات بناء الاتصال فى مجتمع القرية ؟

س٦ : ما علاقة أجهزة الاتصال بالتغيرات القيمية الحادثة بالقرية المصرية ؟

س٧ : إلى أى حد يلبي النظام الاتصالى الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الإعلامية للقرويين ؟ وما أوجه القوة أو القصور فى هذا النظام ؟

ثالثا : المفاهيم الاساسية

١- مفهوم الاتصال

يفهم الاتصال فى إطار الدراسة الراهنة على أنه العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هذه العملية طابعا جماهيريا ، والذي يتم من

خلال وسائل تطورت لهذا الغرض ، فإن الاتصال فى هذه الحالة يفهم على أنه النشاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين إعلامية أو خيالية إلى جمهور معين يراد توصيلها إليه ، وبالوسيلة التى تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن .

ويشير هذا الفهم لماهية الاتصال بعض الملاحظات الجديرة بالإشارة^(٩) :

١ - إن الاتصال أيا كان حجمه وشكله ، فإنه عملية أساسية فى حياة الفرد والمجتمع ، وأن لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفاعل معا لتحديد كفاءة ومصير العملية الاتصالية .

٢ - إن التفاعل المتبادل بين طرفى الاتصال عنصر مهم لتمييز الاتصال ، حيث يشير التفاعل هنا إلى أننا لسنا إزاء عملية نقل من جانب واحد ، وإنما إزاء تبادل مشترك للمؤثرات المتوالية ، أو توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالى .

٣ - إن هناك فرقا بين عملية الاتصال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مادة الاتصال . فمادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف . كما أن النشاط الاتصالى لأغلافة له بتوصيل المعنى ، لأن المعانى لا يتم نقلها أو توصيلها ، وإنما الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين أطراف الاتصال . ويقوم المتلقى بفك رموز هذه الرسائل وإعطائها دلالتها ومعانيها .

٤ - عند مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الإعلام . فالاتصال الجماهيرى ، لايعنى فى جميع الأحوال اتصالا بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة ، وإنما قد يأخذ طابع الإعلام ، بمعنى النقل والتوصيل والإبلاغ دون شرط التفاعل أو التجاوب . فالوسائل تنحو ناحية اختيار جماهيرها ،

كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل ، فضلا عن أن الاستجابة ورد الفعل قد تكون محدودة أو غير واردة في أحيان كثيرة ، بما يعنى أن الاتصال لم يكتمل أو يتحقق ، وأنه اقتصر على مجرد الإحاطة أو الإبلاغ .

٢- مفهوم بناء الاتصال

يستخدم هذا المصطلح فى البحث ، ويقصد به تلك المكونات الاتصالية التى تقوم بدورها فى نقل وترويج المعلومات وتبادلها داخل مجتمع القرية . وتتشكل هذه المكونات من :

١ - وسائل الاتصال الكبيرة ، ويقصد بها تلك الوسائل المستخدمة فى نقل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسع ، وتقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها . بعبارة أخرى ، هى الوسائل التى تشكل نظام الاتصال المركزى فى المجتمع ، ومن هذه الوسائل الجرائد والمجلات ، والراديو ، والتلفزيون .

٢ - وسائل الاتصال الصغيرة ، ويقصد بها تلك الوسائل الاتصالية التى لايتطلب استخدامها تنظيمات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجهها ، ولكن تعمل بمبادرة فردية ، ومن ذلك شرائط التسجيل ، وألفيديو ، ومكبر الصوت والتليفون ... الخ .

٣ - الاتصال الشخصى بنوعيه : الرسمى (مثل المرشد الزراعى، العمدة ، موظف البنك ، مهندس الجمعية ، طبيب الوحدة الصحية ... الخ) والطبيعى (القادة الريفيون الطبييعيون أو الأماهى فيما بينهم) .

٤ - الاتصال الجمعى ، مثل الاجتماعات . والندوات ، والأسواق .

٢ - فعلية الاتصال

ويقصد به تأثير وسائل الاتصال . ونعني بالتأثير هنا أى تغير يطرأ لدى المتلقى نتيجة لتعرضه لمضمون العملية الاتصالية . وقد يأخذ هذا التأثير مستويات عدة ، (مستوى المعارف ، مستوى الاتجاهات ، مستوى السلوك) ، وقد يكون محدودا أو شاملا . وقد يكون أنيا وسريعا ، وقد يكون تراكميا وممتدا ... وهكذا .

رابعاً : منهج البحث وأدواته

١ - منهج البحث

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ، وقد اعتمدنا فى رفع بياناتها الميدانية على المسح بالعينة الحصصية ، وسوف نعرض فيما بعد لإجراءات المسح واختيار العينة ، كما استعاننا الدراسة فى تحليلاتها لنسق الاتصال بالقرية المصرية ببعض المقارنات ، سواء على مستوى كل نمط اتصالى ، أو على مستوى القرى موضع البحث .

٢ - أدوات العمل الميدانى

١ - المقابلة

استخدمت الدراسة المقابلات الفردية والجماعية . وقد أفادت هذه المقابلات والحوارات الحرة التى أجريت مع الأفراد فى توفير العديد من البيانات حول علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ورؤيتهم لها ، وتفضيلاتهم المختلفة للبرامج والموضوعات التى تحظى باهتمامهم أو محل انتقاداتهم . وكان الحوار يبدأ - عادة - فى هذا الجانب بالحديث عن مشكلات البلد والقضايا التى يهتم الناس بمناقشتها فى هذه

الأيام كمنطلق للدخول بعد ذلك فى حوار حول الموضوعات والقضايا التى تثيرها وسائل الإعلام ، ووجهة نظرهم فيها ، ومدى اعتمادهم عليها ، وتقييمهم لور هذه الوسائل فى حياتهم .

ب - الملاحظة

جرى توظيف هذه الأداة المنهجية لتوفير بيانات حول أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بكل قرية ، وسلوك تعرض الأفراد مع أجهزة الإعلام المختلفة أو التعامل معها ، وطريقة توظيفهم لها أو مدى تأثرهم بمضامينها فى مجرى حياتهم الفعلية .

ج - الاستبيان

بالإضافة إلى المقابلة ، والملاحظة ، اعتمد العمل الميدانى فى رفع بيانات مقلنة على الاستبيان الذى طبق على الأفراد بقرى البحث . وقد مر بناء هذا الاستبيان بعدة خطوات ، كما أخذ عدة أشكال على النحو التالى :

قامت هيئة البحث بصياغة أولية لتساؤلات الاستمارة مسترشدين فى ذلك بأهداف العمل الميدانى ، وبالأذات تلك الأهداف المتعلقة بحجم وسلوك تعرض الأفراد لأجهزة الاتصال ، واتجاهات الأفراد نحو هذه الأجهزة ودرجة اعتمادهم عليها ، والتأثيرات القيمة لمضامين هذه الأجهزة فى الثقافة الريفية . وبالأذات مجموعة القيم التى اهتمت بها هيئة البحث ، وهى قيم العمل ، الأرض ، الهجرة ، التعاون ، التعليم ، التضامن الأمري . وكذلك بنتائج الزيارات الاستطلاعية التى قامت بها هيئة البحث لبعض القرى المصرية ، والتى شملت بعض قرى : [مركز العياط : محافظة الجيزة] ، [مركز بنها : محافظة القليوبية] ،

[ومركز السنبلونين : محافظة الدقهلية] والحوارات التي أجريت مع العديد من القرويين بهذه المناطق . وقد ساعد ذلك في وضع صياغة أولية لتساؤلات الاستمارة حيث خرجت تعمل خمسة بنود أساسية : البند الأول ، ويتعلق بحجم وسلوك التعرض لوسائل الإعلام المختلفة : تليفزيون ، راديو (مركزي ومحلي) وجرائد (قومية ، حزبية ، محلية) مجلات ، فيديو ، شرائط التسجيل ، ويتضمن هذا البند الأسئلة من (١-٧٨) .

ويتضمن البند الثاني ، الأسئلة من (٧٩-١٠٧) ، وهي الأسئلة التي سعت إلى قياس فعالية مختلف مكونات بناء الاتصال (جماهيري - شخصي - جمعي) في مجتمع القرية . واشتمل البند الثالث من الاستمارة على الأسئلة من (١٠٣-١١٩) ، وهي الأسئلة التي اهتمت بالوقوف على التأثيرات القيمية لأجهزة الإعلام لدى القرويين . أما البند الرابع فقد تضمن البيانات الأولية عن المبحوث من حيث : النوع ، السن ، الحالة الاجتماعية ، والحالة التعليمية ، والمهنة الأساسية ، والحياة وحجمها ، ونمط المعيشة ووصف المسكن . وقد خصص البند الخامس من الاستمارة لتكوين الباحث ملاحظاته على المبحوث ونتائج المقابلة .

وقد جرت مناقشة موسعة لبنود الاستمارة في عدة اجتماعات لهيئة البحث . وقد دارت المناقشات حول تساؤلات كل بند ، والهدف منه ، ومن كل سؤال ، ومدى انساق التساؤلات ، واللغة المستخدمة ، ومتغيرات كل سؤال ، ومدى قدرة الاستمارة بصفة عامة على تحقيق أهداف العمل الميداني ، وكحصاء لهذه الاجتماعات والمناقشات المتوالية ، أسقطت بعض التعديلات على الاستمارة ، حيث جرى تعديل لفة بعض الأسئلة ، أو إضافة بعض المتغيرات وأسئلة أخرى .

وعلى ضوء ذلك ظهرت الاستمارة في شكلها الثاني بعد إجراء التعديلات المطلوبة ، حيث جرى عرضها على اللجنة المحركة لبحث مستقبل القرية المصرية

ويحضور أعضائها ، حيث أُنِيت بعض الملاحظات التي دارت حول :

- ضرورة الاهتمام برأى المبحوث ومعارفه وتبصيراته المختلفة لما يبيديه من مواقف وأراء ، حيث ينبغي باستمرار طرح السؤال المفتوح له .
- يوجد مزج بين العامة والفصحى فى صياغة أسئلة الاستمارة .
- ينبغي الاهتمام بالتساؤلات الخاصة بالجوانب القيمة ، وفتح بعض أسئلتها .
- ينبغي تحديد ما الأسئلة التي تقرأ متغيراتها على المبحوث والأسئلة التي لا تقرأ .

- ضرورة إضافة بعض المتغيرات .

- حذف بعض الأسئلة .

- تعديل بعض الصياغات .

وقد أعيد تصميم الاستمارة للأخذ فى الاعتبار الملاحظات السابقة ، وظهرت فى صورتها الثالثة . وقد جرى تطبيق اختبار ميدانى للاستمارة بقرية "منية السباع" محافظة القليوبية على عينة بلغت (٢٠) مبحثاً يمثلون الجماعات المهنية المختلفة بالقرية ، وقد أسفر الاختبار عن النتائج التالية :

١ - تراوح الوقت المستغرق للاستمارة من (٣٠-٣٥) دقيقة .

٢ - لا توجد مشكلات جوهرية فى هيكل الاستمارة .

٣ - صعوبة بعض الأسئلة من حيث اللغة المستخدمة .

٤ - تحديد بعض الأسئلة التي ينبغي أن تقرأ متغيراتها .

٥ - ضرورة إضافة تساؤلات حول البرنامج التليفزيونى "سر الأرض" .

وعلى ضوء هذه النتائج ، جرى إعادة تصميم للاستمارة لتظهر فى شكلها الرابع والآخر متضمنة البنود الخمسة المشار إليها آنفاً بعد إضافة تساؤلات برنامج "سر الأرض" التي بلغت أربعة أسئلة تدور حول درجة تعود المبحوث على

مشاهدة البرنامج ، ومدى ملائمة ميعاد إذاعته ، ورأى المبحوث في البرنامج ، ودرجة استفادته الفعلية منه .

وقد أجريت بعد ذلك عملية ثبات للاستمارة ، وهي في صورتها النهائية بقرية "برهمتوش" مركز السنبلوين محافظة البقالية وذلك على النحو التالي :

أولاً : عينة الثبات

بلغ إجمالي عدد العينة التي أجريت عليها تجربة الثبات بالفعل (٣٦) مبحوثاً موزعين على النحو التالي * :

المهنة	العدد	%
فلاح / فلاحه	١٢	٣٣٫٣٤
موظف / موظفة	٦	١٦٫٦٦
تاجر	٤	١١٫١٢
طالـب	٥	١٣٫١٨
حرفـي	٥	١٣٫١٨
عامـل	٤	١١٫١٢
الجملة	٣٦	١٠٠

وقد جرى تحديد وسحب عينة الثبات على أساس عشوائي بحث ، بحيث تم تمثيل الفئات المهنية المختلفة بالقرية ، للتعرف على استجابات كل منها ، ودرجة ثبات هذه الاستجابات على أسئلة الاستمارة . وكما هو واضح كان النصيب الأكبر لجماعة الفلاحين (١٢) مبحوثاً بنسبة (٣٣٫٣٤٪) من إجمالي مفردات عينة

* تجدر الإشارة إلى أن هذا العدد هو الذي أمكن إعادة تطبيق تجربة الثبات عليه ، في حين أن العدد المستهدف من البداية والذي جرى مقابلته في التجربة الأولى (٥٠) مبحوثاً ، لم يتمكن فريق البحث الميداني لأسباب عديدة من إعادة التطبيق ومقابلة سوى (٣٦) مبحوثاً منهم .

الثبات بالنظر إلى الاتساع النسبي في حجم العاملين بالنشاط الزراعي بالقرية بالمقارنة بالأنشطة المهنية الأخرى .

وتفصّل النتائج العامة لتجربة الثبات عن درجة ثبات عالية في استجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة ، ويوضح ذلك الجدول التالي .

النتائج العامة لدرجة ثبات أسئلة الاستمارة

نسبة الاتفاق	عدد الأسئلة	%
٩٠ - ١٠٠	٤١	٣٨,٣٢
٨٠ - ٨٩	٢٨	٢٥,٥١
٧٠ - ٧٩	١٩	١٧,٧٦
أقل من ٧٠ %	٩	٨,٤١
المجموع	١٠٧	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من أسئلة الاستمارة (٤١) سؤالاً بنسبة (٣٨,٣٢٪) من إجمالي عدد أسئلة الاستمارة التي جرى اختبار ثباتها وبالبالغ عددها (١٠٧) سؤالاً تتوافر لها درجة ثبات لا تقل عن (٩٠٪) ، وأن (٢٨) سؤالاً بنسبة (٢٥,٥١٪) تتراوح درجة ثباتها بين (٨٠-٨٩٪) و (١٩) سؤالاً بنسبة (١٧,٧٦٪) يتراوح ثباتها بين (٧٠٪ و ٧٩٪) ، في حين لم يتجاوز عدد أسئلة الاستمارة التي تقل درجة ثباتها عن (٧٠٪) والتي تعد منخفضة عن تسعة أسئلة بنسبة (٨,٤١٪) فقط من إجمالي أسئلة الاستمارة ، وكان السبب الرئيسي وراء انخفاض ثبات هذه الأسئلة يعود إلى أن جانبها الأكبر من الأسئلة المفتوحة التي يصعب تحقيق درجة اتفاق في استجابات المبحوثين عليها ، حيث أفضت تجربة الثبات الأولى إلى إعادة بلورة واختيار وتأكيد على جوانب معينة من جانب المبحوث في المقابلة الثانية .

والاستمارة بهذا الشكل وعلى ضوء البيانات والحقائق المعروضة أنفا تتمتع بصفة عامة بدرجة ثبات عالية ومعقولة ، وكان واضحا من خلال تجربة الثبات نسبة المشاركة العالية من جانب المبحوثين ، وضعف مقاومتهم خلال عملية التجريب الأولى والثانية ، باستثناء حالات بسيطة ومحدودة ، وبالأذا من جانب الفلاحين الذين أبدوا بعض الضيق والضجر من طلب إعادة مقابلتهم لتطبيق أسئلة الاستمارة (الاختبار الثانى) ياعم احنا مش قلنا رأينا من قبل "بسرعة والله أنا مش فاضى" ، "أنتم دوشين دمفكم على الفاضى" إلى غيرها من التعبيرات التى تعبر عن ملل هؤلاء الأفراد من إعادة إجراء المقابلات معهم بعد مرور حوالى أسبوعين على مقابلتهم الأولى ^(١) . ومع ذلك ، وكما أوضحنا ، فقد كانت حالات محدودة ، وجرى إزالة التوترات لديهم من خلال تأكيد أهمية إعادة استطلاع رأيهم بالنظر إلى أهمية أقوالهم وما يدلون به من معلومات كما كان لانخفاض وقت المقابلة النسبى ، والذي لم يتجاوز نصف ساعة أثر واضح فى هذا المجال .

خامسا : مجالات الدراسة

١ - المجال الجغرافى

كان من المفترض أن تطبق الدراسة الميدانية طبقا لتوجيهات اللجنة المحركة لبحث مستقبل القرية فى إطار النطاق الجغرافى لكل من محافظتى الدقهلية والمنيا ، بغية توحيد مجتمع البحث للمستويات المختلفة ، ولكن بالنظر إلى خصوصية البحث

(١) أجريت تجربة الثبات الأولى يوم ١٤/١٢/١٩٩١ .
وتجربة الثبات الثانية يومى ٢٩/١٢/١٩٩١ ، ١/١٢/١٩٩٢ .

واهتمامه برفع بيانات حول الإنذاعات الإقليمية ، فقد رأت هيئة البحث - بعد التشاور مع اللجنة المحركة - تطبيق الدراسة الميدانية بمحافظة المنوفية ممثلة للوجه البحرى ، وباعتبارها مجتمعا مستهدفا لإذاعة وسط الدلتا بدلا من محافظة الدقهلية ، وكذا محافظة المنيا ممثلة للوجه القبلى . وقد طبقت أدوات البحث فى أربع قرى على أساس قريتين بكل محافظة إحداهما قرية (أم) والأخرى (تابعة) ، وفيما يلى وصف عام لقرى البحث .

١ - قرى محافظة المنوفية

- قرية مناوهلة (الأم)

تقع قرية مناوهلة فى نطاق التقسيم الإدارى لمركز مدينة الباجور -محافظة المنوفية، وتبعد القرية عن الباجور مسافة عشرة كيلو مترات فى اتجاه الشمال الشرقى ، وعن مركز شبين الكوم مسافة ١٦ كيلو مترا ، وعن مركز أشمون مسافة ٢٥ كيلومترا . ويربط القرية بمركز الباجور شبكة من المواصلات الخاصة (أهالى) والطرق الممهدة .

ويبلغ عدد الوحدات السكنية بالقرية ١٣٨٦ وحدة سكنية وفقا لتعداد ١٩٨٦ ، وتأخذ شكلا مريما ، وجانبها الأكبر مبنى بالطوب الأحمر ، ويتضمن طابقين أو ثلاثة طوابق ، ويبلغ عدد سكان القرية تبعا لبيانات المجلس المحلى (٢٣٠٩٨) ويوجد بالقرية شأتها شأن القرى (الأم) العديد من مؤسسات الخدمات ، حيث يوجد بالقرية مندرستان للتعليم الابتدائى ، تعمل إحداهما فترتين ، ومدرسة للمرحلة الإعدادية ، وبجانب هذا توجد مدارس التعليم الأزهرى ، حيث يوجد بالقرية مدرسة ابتدائى أزهرى ، وأخرى إعدادى .

ويوجد بالقرية وحدة صحية وهيدليتان ، ونقطة مطافى ، ووحدة شئون اجتماعية ، ومركز شباب ، وأربعة مساجد ، منها ثلاثة تتبع وزارة الأوقاف ، ومسجد واحد (أهالى) .

وبالقرية سنترال سعة ٥٠٠ خط ، ويبلغ إجمالى المشتركين من أهالى القرية (٤٠٠) مشترك ، ويعمل السنترال ورنية واحدة ، وحتى الساعة العاشرة مساء ، ويوجد بالقرية أيضا مكتب بريد ، وورشة «دوكى» ، وورشتان نجارة ، ومحطة مياه ارتوازية لإمداد القرية والقرى المجاورة بشبكة من المياه النقية والتي تدخل قطاعا كبيرا من بيوت القرية .

ويقتصر سوق القرية للمبادلات والبيع والشراء على يومى السبت والخميس من كل أسبوع . وتشتهر القرية بتجارة القلقاس والبطاطا والفاكهة ، ويعتمد السكان بالقرية فى تلبية احتياجاتهم على مركز مدينة الباجور .

وقرية مناوله من قرى الائتمان التى لم تخضع لقانون الإصلاح الزراعى . ويبلغ إجمالى عدد الحائزين بالقرية (٨٥٠) حائزا ، كما تبلغ المساحة المنزرعة ٩٨٥ فدانا .

ويوضح الجدول التالى توزيع الحيازة بالقرية :

حجم الحيازة	عدد الحائزين *
أقل من فدان	٧٥٤
من ١ - ٣	٨٠
من ٣ - ٥	١٠
من ٥ - ١٠	٣
١٠ أفدنة فأكثر	٣
الإجمالى	٨٥٠

* البيانات مستقاة من واقع السجلات المرجوة بالجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

وتظهر بيانات توزيع الحيازة بالقرية مدى قزمية هذه الحيازة ، وتركزها الشديد في المساحة أقل من فدان معظمها حيازات ملك ، حيث يبلغ عدد الحائزين الملك بالقرية ٨٤٠ حائزا بنسبة (٩٨,٨٢٪) .

والزراعة الرئيسية بالقرية هي حدائق الموالح ، حيث يبلغ إجمالي المساحة المنزوعة بالموالح ٥٢٢ فداناً ، وباقي المساحة وحجمها ٤٥٣ فداناً تزرع زراعات تقليدية .

- قرية كفر مناوولة (التابعة)

تعد قرية كفر مناوولة إحدى القرى التابعة لقرية مناوولة (الأم) ، وتقع إلى الشمال منها على مسافة حوالي (٣) كيلومتر إلى الشمال الشرقي ، ويبلغ عدد سكان قرية كفر مناوولة طبقا لبيانات المجلس المحلي ٤٢٨٩ نسمة ، وعدد الأسر بها ٧٧٥ أسرة ، وعدد الوحدات السكنية ٩٤٩ وحدة . تأخذ القرية شكلا مربعا ، وتتظم شوارعها في خطوط مستقيمة ، والبيوت جميعها مبنية بالطوب الأحمر نور أو نورين ، وبمساحات شبه متساوية لكل بيت . وتتدخل الكهرباء والمياه جميع البيوت ، وجميع أفرادها تقريبا عملوا بالأردن أو العراق ، لدرجة أن البعض يطلق عليها أحيانا قرية "صدام" .

والقرية شأنها شأن بقية القرى التابعة تفتقر إلى مؤسسات الخدمات ، حيث لا يوجد بالقرية سوى ثلاثة مساجد أهلية ومدرستين إحداها ابتدائية (فترتان) والأخرى إعدادية ، ونادى للشباب عبارة عن حجرة واحدة ملتصقة بمبنى الجمعية التعاونية الزراعية (حجرة واحدة أيضا) ، ووحدة صحية يأتي لها طبيب منتدب أحيانا .

ويبلغ زمام القرية ٤٨٧ فداناً منها ٢٢٥ فداناً حدائق والباقى محاصيل خضر . ويوضح الجدول التالى نمط توزيع الحيازة بالقرية * :

حجم الحيازة	عدد الحائزين
أقل من فدان	٢٤٢
١ - ٣	١٠٧
٣ - ٥	٩
٥ - ١٠	٣
أكثر من ١٠ أفدنة	١
الإجمالي	٣٦٢

وتظهر بيانات الجدول مدى قزمية الحيازة وتركزها فى الفئة أقل من فدان ، تليها الفئة من فدان إلى ثلاثة أفدنة ، وهى بذلك لا تختلف عن نمط توزيع الحيازة بالقرية (الأم) .

ب - قرى محافظة المنيا

- قرية أبوجرج (الأم)

قرية "أبوجرج" هى إحدى قرى مركز بنى مزار محافظة المنيا ، وتبعد القرية مسافة ٥ كيلو مترات عن مركز بنى مزار ، ومسافة ١٥ كيلو مترا قبلى عن مركز مغاغة ، ويبلغ عدد سكان القرية (١٣٩٩٥) نسمة حتى مارس ١٩٩١ . ويتوافر فيها شأنها شأن العديد من القرى (الأم) الكثير من مؤسسات الخدمات ، حيث يوجد بالقرية مدرستان ابتدائيتان ، ومدرسة إعدادية ، ومعهد يمينى ابتدائى ، ووحدة محلية ، ووحدة صحية ، وأخرى بيطرية ، ومستنزال ، ومكتب بريد ، وسبعة

* البيانات مستقاة من الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

مساجد منها (٢) أمالي ، (٣) أوقاف وزاويتان . والسوق الأسبوعي للقرية هو يوم الاثنين حيث تتم المبادلات .

ويتبع القرية (١٤) عزبة ، وتبلغ مساحة القرية مع هذه العزب ٣٩٥ فداناً ، ويكشف الجدول التالي عن نمط توزيع الحيازة بالقرية * .

حجم الحيازة	المساحة			عدد الحائزين
	س	ط	ف	
أقل من فدان	٧٣	٧	٩٤٩	١٢٨٤
١ - ٢	٤	٢٠	١٣٧٦	٨٩٠
٣ - ٥	٤	٧	١٧٠	٤٥
٥ - ١٠	١١	١٦	١٨٠	٢٨
أكثر من ١٠ أفنة	-	١٦	٨٢	٦
إجمالي	٩٢	٦٦	٢٧٥٧	٢٢٥٣

وتظهر بيانات توزيع الحيازة بالقرية أن الجانب الأكبر منها يقع في فئة الحيازة أقل من فدان ، ويلي ذلك الفئة من واحد إلى ثلاثة أفنة ، في حين تتدنى معدلات وجود الحيازات في الفئات الأعلى من ذلك . وتشير البيانات إلى ارتفاع نمط الحيازة (الإيجار بالقرية) ، حيث تصل الأراضي الإيجار بها إلى (١٦٤٤) فداناً . في حين لا تتجاوز نمط الحيازة الملك عن (١١١٥) فداناً .

والمتجول في شوارع القرية يجد البيوت الحديثة المنشأة جنباً إلى جنب مع البيوت التقليدية المقامة (باللبن) . وتدخل المياه والكهرباء القطاع الأكبر من بيوت القرية ، كما تنتشر هوائيات التليفزيون ، وبالأثاث تلك المصنوعة يدوياً على البيوت . كما يلاحظ المتجول التزايد النسبي في عدد الورش ، مثل ورش النجارة والخراطة وإصلاح السيارات والمحلات الحديثة والحرفية ، ومكاتب المحاماة ، والأطباء ، مما

* البيانات مستقاة من الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

يشير إلى تزايد الأنشطة المهنية والخدمية بالقرية ، على الرغم من استمرارية النشاط الزراعي باعتباره الأوسع بالقرية .

- قرية المودة (التابعة)

تقع قرية "المودة" على بعد ثلاثة كيلومترات بحرى قرية أبوجرج شمال خط السكة الحديد ، وهى من القرى التابعة التى تتميز بصغر الحجم وندرة مؤسسات الخدمات وغلبة النشاط الزراعي ، ويبلغ عدد سكان القرية (١٥٦٩) فردا ، ولا يوجد بها من مؤسسات الخدمات سوى مدرستين ابتدائيتين وأخرى إعدادية وجمعية زراعية ، فى حين تحصل القرية على بقية الخدمات من مركز بنى مزار الذى يبعد مسافة ثمانية كيلومترات فى اتجاه الجنوب .

وقرية "المودة" من القرى التى خضعت لتطبيق قانون الإصلاح الزراعي ، ويبلغ إجمالي الحيازة بها ٤٠٥ أفدنة منها ٥٥ فدانا لإصلاح و ٣٥٠ فدانا ائتمان ، ويوضح الجدول التالى نمط توزيع الحيازة بالقرية :

عدد الحائزين	حجم الحيازة
٢٩٣	أقل من فدان
٥٢	من ١ - ٢
٢	من ٣ - ٥
٢	من ٥ - ١٠
لا يوجد	أكثر من ١٠ أفدنة
٣٥٠	الإجمالي

وتظهر البيانات أن الجانب الأكبر من الحائزين بالقرية هم من صغار الحائزين الذين يحوزون أقل من فدان ، ويلى ذلك بفارق كبير عدد الحائزين بالقرية من فدان إلى أقل من ثلاثة أفدنة ، فى حين يتدنى إلى أقصى حد عدد الحائزين

بالقرية لثلاثة أفدنة فاكثر ، الأمر الذى يكشف عن مدى قزم حجم الحيازة بالقرية .

وواضح من العرض السابق لخصائص قرى البحث الأربع وجود العديد من الخصائص المشتركة التى تميز هذه القرى على اختلاف الموقع الجغرافى لها ، فجميعها تتميز بقزم الحيازة الزراعية وتقنياتها ، حيث يقع الجانب الأكبر من الحيازات فى القرى الأربع فى الفئة أقل من فدان ، والفئة من فدان إلى أقل من خمسة أفدنة على الترتيب ، فى حين تتدنى معدلات الحيازة فى فئات الحيازة الأخرى . وتتميز القرى (الأم) "مناولة" و "أبوجرج" بوجود العديد من مؤسسات الخدمات وتغلغل الأنشطة غير الزراعية بها . فى حين تتميز القرى التابعة "كفر مناولة" و "المودة" بصغر الحجم ومحدودية مؤسسات الخدمات ، وغلبة النشاط الزراعى ، ومحدودية الأنشطة المهنية الأخرى .

٢- المجال البشرى (عينة البحث)

١ - إجراءات سحب العينة

نظرا لأن الاتصال لا يرتبط بفئة أو جماعة معينة ، وإنما هو سلوك عام تمارسه مختلف الجماعات الاجتماعية فى القرية ، فقد كان من الضرورى فى تحديد عينة البحث التى يتم إجراء المقابلات المقننة معها تمثيل مختلف هذه الجماعات . وقد استقر رأى على اعتماد معيار المهنة الأساسية أساسا لتحديد تلك الجماعات بالنظر إلى العلاقة الوثيقة بين مهنة الشخص ونشاطه الاتصالى ، حيث تفرض كل مهنة اهتمامات واحتياجات لدى الفرد تؤثر على تفاعلاته مع أجهزة الإعلام ، أو ما تثيره من مضامين مختلفة . وكانت المشكلة الأولى التى ظهرت فى هذا المجال هى المعيار الذى يمكن الاعتماد عليه فى التصنيف المهنى ، خصوصا مع انتشار

ظاهرة الانبواجية المهنية للفرد بالقرية .

فهناك الموظف الفلاح ، أو التاجر الفلاح .. وهكذا ، ولمعالجة هذه المشكلة رأت هيئة البحث الاعتماد فى التصنيف على المهنة الأساسية للفرد التى تشكل الدخل الرئيسى له . فإذا كانت الفلاحة هى التى تدر العائد الأكبر اعتبر الفرد فلاحا ، وإذا كان يتكسب أكبر من الوظيفة فى حين يتدنى حجم حيازته الزراعية اعتبر موظفا وهكذا . وفى هذا الإطار حددت هيئة البحث سبعة تصنيفات مهنية وعرفتھا على النحو التالى :

- ١ - فلاح : هو الشخص الذى لديه حيازة زراعية ، ويمارس العمل الزراعى كمهنة أساسية له .
 - ٢ - الموظف : هو الشخص الذى يعمل بأجر لدى الهيئات والوحدات الحكومية والقطاع العام ، ويقوم بالقرية .
 - ٣ - التاجر : هو الشخص الذى يمارس المبادلات التجارية مثل تجارة المواشى، البقالة ، الحبوب ... الخ بالقرية .
 - ٤ - الطالب : هو من يدرس بالمرحلة الثانوية بأنواعها والجامعات ، والمعاهد العليا .
 - ٥ - حرفى : هو الشخص الذى يمتحن الأعمال اليدوية الحرة ويملك ورشة لذلك مثل أعمال السباكة ، والتجارة ، الحلاقة ... الخ .
 - ٦ - المهنى : هو الشخص الحاصل على تعليم عال ، ويعمل لحسابه الخاص ، مثل الطبيب ، المحامى ، الصيدلى ، المهندس الزراعى .
 - ٧ - العامل : هو الشخص الذى يبيع قوة عمله للغير بأجر . مثل عمال الزراعة (اليومعية) ، أو عمال الورش والخدمات الخ .
- وقد راعت هيئة البحث فى إطار اعتمادها المهنة الأساسية للفرد تمثيل

النوع داخل كل مهنة (نكر/أنثى) لما لهذا العنصر أيضا من تأثير على السلوك الاتصالي للشخص .

وبعد تحديد الفئات المهنية المختلفة ، ظهرت مشكلة تحديد العدد الأمثل الذى يكفل تمثيل أعضاء كل فئة مهنية بين سكان القرية ، وكيفية اختياره ، فهناك أساليب الاختيار العشوائية ، والعمدية التى تعتمد على محكات مختلفة ، وهناك العديد من الأساليب الإحصائية المستخدمة والتى تكفل دقة اختيار العينات التى يتم سحبها من مجتمع طبقي معين ، منها الاختيار وفقا للتوزيع المتساوى الذى يتم فى إطاره سحب عدد متماثل من الوحدات من كل فئة . والتوزيع المتناسب الذى يراعى فيه حجم الفئة أو الجماعات المهنية المختلفة فى الواقع ، وهو الأسلوب الذى تقرر استخدامه فى هذا البحث بما يتيحه من تمثيل كل جماعة مهنية بحجم وجودها الفعلى فى مجتمع القرية .

وعلى ضوء توجيهات اللجنة المحركة والمناقشات التى دارت حول حجم العينة الكلية ، فقد اتفق على أن (٥٠٠) مفردة تعد حجما مناسباً ومعقولا لتحقيق أهداف العمل الميدانى * . وقد جرى توزيع هذا العدد مناصفة على أساس (٢٥٠) مفردة لكل محافظة ، وفى إطار كل محافظة جرى توزيع عينتها على أساس عدد السكان بكل قرية .

ويوضح الجدول التالى نصيب كل قرية فى عينة البحث .

اسم القرية	العدد	%
مناولة	١٦٦	٣٣,٢
كفرمناولة	٨٤	١٦,٨
أبيجرج	٢٢٥	٤٥,٠
المرونة	٢٥	٥,٠
إجمالي	٥٠٠	١٠٠%

* وجدير بالذكر أن هذا الحجم من العينة ارتفع أثناء التطبيق الميدانى إلى (٥٠٩) مفردة .

وبعد تحديد مفردات العينة المطلوب سحبها من مجتمع كل قرية جرى توزيعها على أعضاء المهن الاجتماعية تبعاً لحجمها في الواقع الفعلي مسترشدين في ذلك بالبيانات الإحصائية التي يوفرها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء حول الأنشطة المهنية بقرى البحث ، وكذا بالبيانات التي حصلنا عليها من المجلس المحلي بقرية "مناولة" وقرية "أبو جرج" وذلك على النحو المبين بالجدول التالي :

جدول يوضح توزيع عينة البحث على أعضاء الهيئ المختلفة

يقري البحث الرابع

النسبة والقرية		النسبة %		النسبة في المائة	
المهنة	في المائة	متعلقة	كثرت	في المائة	في المائة
فلاح / فلاحه	٥٥	٩٧	٤٥	١٤٦	١٥
عامل / عاملة	١٣	٧٧	١١	٢٥	٣
موظف / موظفة	١٧	٢٠	١٠	١٨	٢
مهنى	٨	١٣	٧	٧	١
طبيب / طالبة	٧	١٢	٦	١٥	٢
حرفى	٢	٤	٢	٧	١
تاجر	٢	٢	٢	٧	١
إجمالي	١٠٠	١٦٦	٨٤	٢٧٥	٢٥

وفي خطوة تالية لتحديد مواقع مفردات العينة بفئاتها وأحجامها المختلفة ،
اتخذت الإحرامات التالية :

١ - جرى حصر أسماء جميع التجار والحرفيين والمهنيين والعمال في كشوف منفصلة ، واختيار حصة كل فئة مهنية بطريقة عشوائية منتظمة على النحو الوارد في الجدول السابق .

٢ - فيما يتعلق بفئات الفلاحين ، والموظفين ، والطلبة تم الاعتماد على "سجل خدمات" الحائزين الزراعيين بكل جمعية تعاونية بالقرى الأربع ،

حيث جرى إعداد قائمة بأسماء الحائزين بكل قرية ، وإعطائها رقما مسلسلا ، واختيار مفردات العينة بعد ذلك بالطريقة العشوائية المنتظمة وتم إعداد كشف بالعينة الأساسية وكشف آخر للعينة البديلة يوضح اسم الحائز ، ومحل إقامته بالقرية ، وكان يتم التردد على محل إقامة كل حائز لتطبيق الاستمارة على الزوج والزوجة وأكبر الأبناء سنا (١٦ سنة فأكثر) الذين يقيمون معهما إقامة دائمة بنفس الوحدة السكنية ، سواء كانوا من الذكور أو من الإناث من فئات الفلاحين والموظفين والطلبة فقط ، وكان يتم التوقف عن التطبيق لأعضاء المهنة التي تستوفى حصتها وفقا للأسس المشار إليها في الجدول السابق .

ب - الخصائص العامة لعينة البحث :

أولا : توزيع عينة البحث حسب السن :

فئات السن	العدد	%
أقل من ٢٠ سنة	٧٩	١٥.٦
من ٢٠-٣٠ سنة	١١٣	٢٢.٢
من ٣٠-٤٠ سنة	١٢٣	٢٤.١
من ٤٠-٥٠ سنة	١٠٤	٢٠.٤
من ٥٠-٦٠ سنة	٥٢	١٠.٢
من ٦٠ سنة فأكثر	٢٨	٥.٥
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتظهر البيانات أن (٩٢) مبحوثا بنسبة (٣٧.٨٪) من إجمالي أفراد العينة والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث تقع أعمارهم في الفئة العمرية الشبابية (١٦ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة) ، وأن هناك (٢٣٧) مبحوثا بنسبة (٤٦.٧٪) تقع أعمارهم في الفئة العمرية المتوسطة (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) ، ويصل عدد من

يعدون من كبار السن في العينة ٥٠ سنة فأكثر إلى (٧٩) مبحوثاً بنسبة (١٥٪) فقط من إجمالي أعضاء العينة .

ثانياً : توزيع عينة البحث حسب النوع :

النوع	العدد	%
ذكور	٣٣٩	٦٦,٦
إناث	١٧٠	٣٣,٤
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات النوع ، أن عدد الذكور في العينة (٣٣٩) مبحوثاً بنسبة (٦٦,٦٪) ، في حين يصل عدد المبحوثين من الإناث إلى (١٧٠) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٤٪) من إجمالي أعضاء العينة .

ثالثاً : توزيع عينة البحث حسب الحالة الاجتماعية :

الحالة الاجتماعية	العدد	%
أعزب	١٢٢	٢٤,٤
متزوج	٣٧٧	٧٤,٤
أرملة	٩	١,٨
مطلق	١	٠,٢
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الحالة الاجتماعية إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين أفراد العينة متزوجون (٣٧٦) مبحوثاً بنسبة (٧٤٪) ، في حين لم تتجاوز نسبة من لم تتح لهم فرصة الزواج بعد "أعزب" عن (٢٤٪) من إجمالي أعضاء العينة ، وتتضائل إلى حد كبير نسبة الأرملة أو المطلقين والتي لم تتجاوز بين المبحوثين أعضاء العينة عن (١,٨٪) و (٠,٢٪) على الترتيب لكل منهما .

رابعاً : توزيع عينة البحث حسب الحالة التعليمية

الحالة التعليمية	العدد	%
أبلى	٢٠٢	٣٩.٦
يقرأ ويكتب	٩١	١٧.٩
مؤهل دون المتوسط	٥٨	١١.٤
مؤهل متوسط	١٢٩	٢٥.٤
مؤهل فوق المتوسط	٩	١.٨
مؤهل عال	١٩	٣.٧
غير مبين	١	٠.٢
الإجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات الحالة التعليمية أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٠٢) مبحوث بنسبة (٣٩.٦٪) من الأميين الذين لا تتوفر لديهم القدرة على القراءة أو الكتابة . ويعود ذلك إلى ارتفاع نسبة الفلاحين في العينة . ويلي ذلك الأفراد الحاصلون على مؤهل متوسط دبلوم تجارة أو صناعة أو زراعة الخ (١٢٩) مبحوثاً بنسبة (٢٥.٤٪) ثم من يقرأ ويكتب فقط (٩١) مبحوثاً بنسبة (١٧.٩٪) والحاصلون على مؤهل دون المتوسط (٥٨) مبحوثاً بنسبة (١١.٤٪) . وتندى إلى أقصى نسبة الأفراد الحاصلين على مؤهل فوق المتوسط أو المؤهل العالى في العينة ، حيث لم يتجاوز ذلك (١.٨٪) و (٣.٧٪) على الترتيب لكل منهما .

خامسا : توزيع عينة البحث حسب المهنة الأساسية :

المهنة	العدد	%
فلاح	٢٩٩	٥٨,٧
حرفى	٢١	٤,١
تاجر	١٤	٢,٨
موظف	٤٧	٩,٣
مهنى	٢٥	٤,٩
عامل	٦٨	١٣,٤
طالب	٢٥	٦,٩
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات المهنة الأساسية أن الجانب الأكبر من عينة البحث (٢٩٩) مبحوثا بنسبة (٥٨,٧٪) يعملون بصفة أساسية بالفلاحة ، ويلي ذلك العمال (٦٨) مبحوثا بنسبة (١٣,٤٪) ثم الموظفون بالحكومة والقطاع العام (٤٧) مبحوثا بنسبة (٩,٣٪) ، وطلبة المرحلة الثانوية فما فوق (٣٥) مبحوثا بنسبة (٦,٩٪) ، ثم المهنيون والحرفيون والتجار بنسبة (٤,٩٪) و (٤,١٪) ، (٢,٨٪) على الترتيب لكل منها .

سادسا : توزيع عينة البحث حسب الحياة الزراعية :

الحياة الزراعية	العدد	%
يحوّز	٢١٤	٤٢,٤
لا يحوّز	٢٩٥	٥٧,٦
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات الحياة الزراعية أن الجانب الأكبر من أعضاء عينة البحث (٢٩٥) مبحوثا بنسبة (٥٧,٦٪) لا يحوّزون أرضا زراعية ، ويعود ذلك بصفة أساسية إلى اعتماد البحث فى سحب العينة على المهنة الأساسية ، فى حين يصل

حجم من يحوذ أرضا زراعية فى عينة البحث إلى (٢١٤) مبحوثا بنسبة (٤٢.٤٪) من إجمالى أفراد العينة .

سابعاً : توزيع عينة البحث حسب حجم الحيازة

حجم الحيازة بالفدان	العدد	%
أقل من خمسة أفدنة	٢٠٢	٩٤.٣٩
من ٥ - ١٠ أفدنة	٨	٣.٧٤
١٠ أفدنة فأكثر	٤	١.٨٧
إجمالى	٢١٤	١٠٠

وتظهر بيانات نمط توزيع الحيازة أن الغالبية العظمى من أعضاء عينة البحث الذين يحوزون أرضا زراعية (٢٠.٢) بنسبة (٩٤.٣٩٪) من إجمالى الأفراد الحائزين يقع حجم حيازتهم فى الفئة أقل من خمسة أفدنة ، فى حين لا تتجاوز نسبة من يحوز منهم ٥ أفدنة فأكثر (١٢) مبحوثا بنسبة (٥.٦١٪) من إجمالى الأعضاء الحائزين فى العينة البالغ عددهم (٢١٤) حائزا ، وهو ما يتفق مع ما سبقته الإشارة إليه حول قومية الحيازات الزراعية فى قرى البحث .

ثامناً : توزيع عينة البحث حسب نمط المعيشة

نمط المعيشة	العدد	%
يعيش فى أسرة مستقلة	٢٢٨	٤٦.٨
يعيش مع العائلة	٢٦٦	٥٢.٧
غير ميبين	٥	١.٠
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات نمط المعيشة إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٦٦) مبحوثا بنسبة (٥٢.٧٪) يعيش مع العائلة ، فى حين يعيش فى أسرة مستقلة

الزواج والزوجة والأولاد فقط (٢٣٨) مبحوثا بنسبة (٤٦٨٪) من اجمالي أعضاء العينة البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث .

تاسعا : توزيع عينة البحث حسب وصف المسكن

وصف المسكن	العدد	%
نمط تقليدي	٣٦٨	٥٢,٦
نمط حديث	٢٤١	٤٧,٤
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتوضح بيانات وصف المسكن أن الجانب الأكبر من أعضاء عينة البحث (٢٦٨) مبحوثا بنسبة (٥٢,٦٪) يقيمون في بيوت مقامة على النمط التقليدي لبيوت القرين (البيوت المبنية باللبن والمرصعة بسعف النخيل) ، في حين يقيم (٢٤١) مبحوثا بنسبة (٤٧,٤٪) في بيوت مقامة على النمط الحديث ، أو تلك البيوت المبنية بالطوب الأحمر والخرسانة المسلحة .

وأظهرت بيانات عدد الطوابق أن الجانب الأكبر من هذه البيوت (٢٩١) بيتا بنسبة (٥٧,٣٪) تتكون من طابق واحد ، ويلي ذلك البيوت المقامة من طابقين (٢٠٢) بيت بنسبة (٣٩,٨٪) ، ثم ثلاثة طوابق (١٢) بيتا بنسبة (٢,٤٪) من إجمالي البيوت التي يقيم بها أعضاء عينة البحث ، وتدنى بعد ذلك إلى أقصى حد نسبة وجود البيوت التي تتكون من أكثر من ثلاثة طوابق .

والجانب الأكبر من هذه البيوت (١٤٩) بيتا بنسبة (٢٩,٤٪) تحتوي على أربع غرف ، ويلي ذلك البيوت التي تحتوي على ثلاث غرف (١٢٣) بيتا بنسبة (٢٤,٢٪) ، ثم البيوت التي تحتوي على غرفتين وثلاث غرف بنسبة (١٤,٥٩٪) و (١٣,٦٪) على الترتيب لكل منهما ، وتدنى بعد ذلك نسبة وجود البيوت التي تحتوي على غرف أقل أو أكثر من ذلك .

وتدخل الكهرباء القالبية العظمى من بيوت أفراد العينة (٤٧٨) بيتا بنسبة (٩٤١٪) ، فى حين لايتجاوز عدد البيوت التى لاتدخلها الكهرباء وتستخدم الكيروسين عن (٢٩) بيتا بنسبة (٥٧٪) من إجمالى بيوت أفراد عينة البحث .

كما تدخل شبكة المياه (٢٦٢) بيتا من بيوت أفراد عينة البحث بنسبة (٥١٦٪) ، فى حين يعتمد فى الحصول على المياه من الطلمبة (١٩٩) بيتا بنسبة (٣٩٢٪) من إجمالى البيوت ، ويحصل (٤٧) بيتا بنسبة (٩٣٪) على المياه بأساليب أخرى غير شبكة المياه أو الطلمبة .

٣ - المجال الزمنى

بدأ التخطيط للعمل الميدانى لهذا البحث فى أكتوبر ١٩٨٩ ، وخلال الفترة من أكتوبر ١٩٨٩ وحتى يونيو ١٩٩٠ ، أجريت مجموعة من الزيارات الاستطلاعية ، شملت قرى مركز العياط محافظة الجيزة ، وبعض قرى مركز بنها محافظة القليوبية . وقد استهدفت هذه الزيارات التعرف عن قرب على ملامح بناء الاتصال فى القرية المصرية ، وإجراء بعض الحوارات مع القرويين حول وسائل الاتصال المختلفة . وقد ساعد ذلك فى وضع صياغة أولية لبنود استمارة البحث وتساؤلاتها الرئيسية .

وخلال الفترة من يونيو ١٩٩٠ وحتى يونيو ١٩٩١ جرى إعداد أدوات البحث ومناقشة بنود الاستمارة التى ستطبق ميدانيا ، وتطبيق إجراءات التحكيم عليها وإدخال التعديلات المطلوبة . وفى الفترة من يونيو ١٩٩١ وحتى يناير ١٩٩٢ أجريت تجربة الثبات على استمارة البحث ، وظهرها فى صورتها النهائية . وخلال الفترة من فبراير ١٩٩٢ وحتى يناير ١٩٩٣ تم تطبيق الميدانى بقرى البحث الأربع ، وتم تصنيف البيانات وتكويدها ومعالجتها إحصائيا خلال الفترة من يناير ١٩٩٣ وحتى مايو ١٩٩٣ ، حيث جرى بعد ذلك كتابة التقرير النهائى للبحث .

المراجع

- ١ - حسن الخولى ، الريف والحديثة فى مجتمعات العالم الثالث ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٨٢ .
- ٢ - مزيد من التفصيل انظر :
عبدالمفتاح عبدالنبي ، تكنولوجيا الاتصال والثقة ، القاهرة ، المرسى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ ،
ص ٩٥ .

الفصل الثالث

بناء الاتصال في القرية المصرية

"نتائج الدراسة الميدانية"

نسعى فيما يلى إلى استعراض نتائج مقابلاتنا الميدانية مع الباحثين ، أفراد العينة بالقرى الأربع ، والبالغ عددهم (٥٠٩) مفردة . وتسير خطة العرض على أساس الاهتمام بالجوانب الكمية والكيفية معا ، بحيث يخدم كلاهما الآخر . أما مدخل عرض البيانات ، فيرتبط بالأهداف التى حددتها لنفسها الدراسة فى هذا الجانب ، وما تتضمنه استمارة البحث من بنود وتساولات تخدم هدفا معينا ، أو تجيب على تساؤل تطرحه الدراسة حول مكانة وفاعلية وسائل الاتصال الجماهيرى فى القرية المصرية ، وحقيقة ماتركه من تأثيرات على ثقافة ووعى القرويين . وبناء على ذلك يتضمن العرض الجوانب التالية :

- ١ - حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال .
- ٢ - فعالية أنماط الاتصال المختلفة فى القرية المصرية .
- ٣ - التأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام فى القرية المصرية .

أولا : حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال

تنتشر بالقرية المصرية العديد من وسائل الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)،

فهناك أجهزة التلفزيون ، والراديو ، والجرائد ، والمجلات ، والفيديو ، وشرائط التسجيل ... الخ . وقد كان من المفيد في مجال البحث عن أوضاع هذه الوسائل وبورها في بناء الاتصال في القرية المصرية ، أن يتجه البحث بداية للتعرف على مركز وسلوك تعرض القرويين لكل وسيلة اتصالية من هذه الوسائل . وقد بدأ الحوار في هذا الجانب ، وبمدخل عام ، بطرح السؤال التالي : أنت بتعرف الأخبار اللي بتجرى في الدنيا منين أكثر ؟ مع الحرص على طرح بدائل من الناس ، من التلفزيون ، من الراديو ، من الجرائد ، أمام المبحوث لاختيار بديل واحد من بينها . وقد أشار الجانب الأكبر من المبحوثين رداً على هذا التساؤل إلى التلفزيون باعتباره أكثر وسائل الاتصال الجماهيري ترويحاً للأخبار والمعلومات بين القرويين . ويوضح الجدول رقم (١) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١)
المصدر الأكثر ترويحاً للأخبار بين القرويين

المصدر	التكرار	%
من الناس	٤٣	٨ر٤
من التلفزيون	٣٤٧	٦٨ر٢
من الراديو	٦٦	١٣ر٠
من الجرائد	٥٣	١٠ر٤
أخسر	-	
إجمالي	٥٠٩	١٠٠٪

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (١) ، فقد أشار (٣٤٧) مبحوثاً بنسبة (٦٨ر٢٪) من إجمالي المبحوثين أفراد العينة والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث إلى التلفزيون كأكثر المصادر تزويداً للقرويين بمجريات الأحداث في المجتمع ، ويلي ذلك ، ويقارن كبير الراديو (٦٦) مبحوثاً بنسبة (١٣٪) وفي مرتبة ثالثة ،

تأتى الجرائد بأنواعها المختلفة (٥٢) مبحوثا بنسبة (١٠.٤٪) ، وأخيرا من خلال الاتصال المباشر والاحتكاك الطبيعي بالآخرين (٤٣) مبحوثا بنسبة (٨.٤٪) من إجمالي المبحوثين أفراد العينة .

هذا الترتيب لمصادر إمداد القرويين بمجريات الأحداث فى المجتمع ، لايتأثر باختلاف الموقع الجغرافى ، سواء على مستوى قرى وجه قبلى ، وقرى وجه بحرى ، أو بين القرى (الأم) والقرى (التابعة)* ، ومع ذلك ، فقد تبين أن للمهنة والنوع أثرا فى هذا المجال** . حيث يتباين هذا الترتيب لدى أعضاء المهن المختلفة ، وبين الذكور والإناث ، ف لدى فئة الفلاحين والعمال يأتى ترتيب المصادر على النحو التالى : التلفزيون ، والراديو ، والاحتكاك المباشر بالآخرين ، والجرائد ، ولدى فئة الموظفين والمهنيين والطلبة يصبح الترتيب التلفزيون ، الجرائد ، ثم الاتصال المباشر ، والراديو وهكذا .

وقد كان اللاف للنظر فى هذا المجال ، أن الاتصال المباشر ، يأتى على رأس المصادر فى إمداد القرويات بمجريات الأحداث المختلفة ، يليه التلفزيون، ثم الجرائد ، والراديو ، وذلك على غير العادة ، الأمر الذى يشير إلى محدودية تعامل القرويات ، وبالأذات الفلاحات منهن ، مع قنوات الاتصال الجماهيرى ، واعتمادهن على الاتصال المباشر فى الإلمام بمجريات ما يقع من أحداث فى المجتمع .

وأيا كان الأمر ، وكما سنرى فيما بعد ، فإن هذا الترتيب لأنوار المصادر المختلفة فى نقل الأخبار ، وترويج مايقع من أحداث بين القرويين سوف يختلف باختلاف طبيعة الأخبار ذاتها ، وتفاوتها بين الأخبار المحلية أو ذات الصلة المباشرة بحياة القرويين ، وبين الأخبار الخارجية أو العالمية ، بين الأخبار بالغة

* راجع الجدول رقم (١) ملحق رقم (٢) .

** راجع الجدول رقم (٢) ورقم (٣) ملحق رقم (٢) .

الأهمية ، والأخبار محدودة الأهمية وترتبط بفئة معينة ، حيث - يتزايد مثلا - دور الاتصال المباشر في نقل الأخبار المحظور تداولها أو المحلية ذات الصلة المباشرة بأمر الزراعة وشئون القرية المصرية ، والتي عادة ماتجاهلها أو يتضائل ظهورها عبر قنوات الاتصال الجماهيرى .

وقد كان الحديث حول أكثر المصادر إمدادا للقرويين بالأخبار متخلا ملائما لتوجيه الحوار حول كل وسيلة اتصالية . ونعرض فيما يلى لحجم وسلوك تعرض القرويين لكل وسيلة .

١ - التلفزيون

كان دور التلفزيون منذ بدء إرساله فى عام ١٩٦٠ يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر وجوده وانتشاره فى إطار غيبة التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة إلزام بعض الجمعيات التعاونية شراء أحد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معينة ، أو لدى أحد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والأفلام لجمهورها مقابل أجر معين ، وذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كالموظفين والشباب وبعض الأعيان . وقد حدث تحول واضح فى انتشار التلفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات ، وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، وإقبال العديد من القرويين من مختلف الشرائح الاجتماعية على حيازة أجهزة التلفزيون. وأصبحت مشاهدة التلفزيون ، تعد إحدى ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من القرويين ، وبصفة خاصة فى فترة الإرسال المسائية .

وقد بدء الحوار مع المبحوثين أفراد العينة حول جهاز التلفزيون بطرح

السؤال الآتى : ياترى انت بتشوف التلفزيون كل يوم ولا بترونها والا ما بتشوفش خالص ؟
وتظهر الاستجابات اللفظية للمبحوثين رداً على هذا التساؤل ، أن الغالبية
العظمى من القرويين تتعرض بصورة أو أخرى لبرامج التلفزيون . ويوضح
الجدول رقم (٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢)
درجة تعرض القرويين لجهاز التلفزيون

معدل التعرض	التكرار	%
كل يوم	٢٥٨	٥٠.٧
بترونها	٢١٨	٤٢.٨
لا يشاهده	٣٣	٦.٥
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

ويبدو واضحاً من بيانات الجدول رقم (٢) أن ما يقرب من نصف عدد
المبحوثين أفراد العينة (٢٥٨) مبحوثاً بنسبة (٥٠.٧٪) يشاهدون التلفزيون
بصورة منتظمة ويومياً ، وأن هناك (٢١٨) مبحوثاً بنسبة (٤٢.٨٪) يتوقف
تعرضهم لهذا الجهاز الإعلامى على الظروف والمشغولية أو مدى وجود وقت
فراغ ، فى حين لا يتجاوز عدد من لا يشاهد التلفزيون على الإطلاق (٣٣) مبحوثاً
بنسبة (٦.٥٪) فقط من إجمالى المبحوثين ، أفراد العينة . وقد أرجع هؤلاء
الأفراد أسباب عدم مشاهدتهم للتلفزيون إلى عدم حيازتهم للجهاز أصلاً (٢٠)
مبحوثاً بنسبة (٦.٥٪) من إجمالى المبحوثين الذين لا يشاهدون التلفزيون ،
والمشاغل وعدم وجود وقت فراغ (٥) مبحوثين بنسبة (١.٥٪) ، وتحريم الفرجة
على التلفزيون (٤) مبحوثين بنسبة (١.٢٪) من إجمالى (٣٣) مبحوثاً
لا يشاهدون التلفزيون .

وقد أظهر التحليل الإحصائي وجود علاقة دالة بين المهنة والتعرض لجهاز التلفزيون* . (كاً دالة عند ٠.٥٥) حيث ترتفع نسبة التعرض بظروفها للتلفزيون لدى فئات التجار والحرفيين والمهنيين ، ويقل معدل تعرضهم اليومي المنتظم ، في مقابل ارتفاع نسبة التعرض اليومي للتلفزيون لدى فئات الموظفين والطلبة والعمال على الترتيب ، ويظل معدل تعرض الطلبة مقارباً مع المعدل العام لمشاهدة التلفزيون دون اختلافات تذكر .

ومع ذلك ، وفي إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية ، والسعى لتدبير نفقات الحياة المتزايدة ، والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم ، وتفاقم الأعباء الملقة على عاتق المرأة الريفية ، فإن الفترة المسائية تكاد تكون هي الفترة الوحيدة التي ينحصر خلالها تعرض القرويين - على اختلافهم - لجهاز التلفزيون ، ويتصالح تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى ، وبالأذات الفترة الصباحية أو السهرة .

وتظهر البيانات أن الجانب الأكبر من المبحوثين أفراد العينة ، سواء الذين أقروا بتعرضهم اليومي للتلفزيون أو حسب الظروف ، أن معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وأن نسبة تعرض الفرد للتلفزيون لساعتين أو أكثر في اليوم لا تتجاوز (٢٠٪) من إجمالي عدد المتعرضين للتلفزيون ، الأمر الذي يشير إلى الانخفاض الواضح والمستمر في اعتماد القرويين على التلفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التي أعقبت دخول التلفزيون وانتشاره في مجتمع القرية .

• راجع جدول رقم (٤) ملحق رقم (٢) .

وبصرف النظر عن حجم وتوقيت تعرض القرويين لجهاز التلفزيون ، فقد اتجه الحوار مع جماعة المبحوثين للتعرف على المضامين والبرامج الأكثر رواجاً وانتشاراً بينهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : ياترى إيه أكثر حاجات بتحب تشوفها فى التلفزيون ؟

ويوضح الجدول رقم (٢) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٢)
تفضيلات القرويين لبرامج التلفزيون

النسبة المئوية	الترتيب	التفضيل
١٧.٩	٢٠٣	نشرات الأخبار والتعليقات السياسية
١.٦	١٨	الإعلانات
٢٠.٠	٢٢٦	البرامج الدينية والقرآن الكريم
١.٨	٢٠	البرامج التعليمية
٢.٩	٣٣	برامج الفلاحين والإرشاد الزراعى
٢٨.٩	٣٣٧	الأفلام والمسلسلات
٥.٩	٦٧	البرامج الجامعية
٨.١	٩٢	البرامج الثقافية
٨.٢	٩٣	المباريات الرياضية
١.٦	١٨	برامج المرأة والطفل
١.١	١٣	حفلات ومسرحيات
١.٩	٢٢	أخرى
١٠٠	١١٣٢	إجمالي

* يزيد عدد مرات هذا الجدول من الحد الكلى للعبة الأصلية لأن المبحر الواحد كان متاح له ذكر أكثر من متغير .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٣) أن الأفلام والمسلسلات وبالذات المسلسل التلفزيونى اليومى الذى يقدم خلال الفترة المسائية ، يعد أكثر المضامين والبرامج

التلفزيونية إقبالا من جانب جمهور القرويين (٢٢٧) مبحثا بنسبة (٢٨٩٪) ،
وفى مرتبة تالية ، البرامج الدينية (٢٢٦) مبحثا بنسبة (٢٠٪) ، وفى المركز
الثالث ، نشرات الأخبار والتعليقات السياسية (٢٠٢) مبحثا بنسبة (١٧٩٪) ،
ثم مشاهدة المباريات الرياضية (٩٣) مبحثا بنسبة (٨٢٪) ، والبرامج الثقافية
(٩٢) مبحثا بنسبة (٨١٪) ، ويتبنى بعد ذلك تفضيلات القرويين للمضامين
والبرامج التلفزيونية الأخرى .

وكان الالفت للنظر فى هذا المجال هو الانخفاض الشديد فى تعرض
القرويين للبرامج الريفية والإرشاد الزراعى ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين
أشاروا إلى تعرضهم لهذه البرامج عن (٢٣) مبحثا بنسبة (٢٩٪) من إجمالى
تكرارات تفضيلات مشاهدة برامج التلفزيون ، الأمر الذى يشير إلى محدودية
الدور الذى تلعبه هذه البرامج فى إمداد الفلاحين بالمعلومات الزراعية .

وتظهر البيانات أن التمايزات المهنية تائثيرها على تفضيلات القرويين
للتعرض لبرامج التلفزيون ، حيث ترتفع نسبيا معدلات تعرض الفلاحين والطلاب
للأفلام والمسلسلات التلفزيونية إلى (٣٢٨٪) و (٢٧٤٪) ، فى حين لا تتجاوز
هذه النسبة لدى فئة التجار والمهنيين عن (٢٠٦٪) و (١٩٤٪) على الترتيب لكل
منهما . وفى المقابل يتزايد نسبيا معدل إقبال التجار والعمال والمهنيين على
نشرات الأخبار ، بالمقارنة بالفئات المهنية الأخرى* ، كما تظهر البيانات تباين
تفضيلات الذكور والإناث فى التعرض لبرامج التلفزيون ، حيث يتزايد مثلا إقبال
القرويات على الأفلام والمسلسلات التلفزيونية لتصل هذه النسبة لديهن إلى
(٨٥٪) فى مقابل (٦٠٪) لدى الذكور . ويتبنى إقبال الإناث على نشرات الأخبار

• انظر جدول رقم (٥) ملحق رقم (٣) .

والتعليقات السياسية أو البرامج الثقافية والرياضية ، حيث لم تتجاوز نسبة مشاهدة هذه البرامج لديهن عن (٢٢٪) و (١٦٪) ، (١٪) على الترتيب فى مقابل (٥٣٪) و (٢١٪) و (٢٩٪) للذكور . وكان الالف للنظر فى هذا المجال هو الانخفاض النسبى الملحوظ فى تفضيلات القرويات التعرض لبرامج المرأة والطفل بالتلفزيون والتي لم تتجاوز (٩٪) فقط من إجمالى تكرارات تفضيلات القرويات لبرامج التلفزيون ، وقد يعود ذلك فى الأساس إلى طبيعة هذه البرامج ذات الطابع الحضرى والطبقي من ناحية ، أو ربما لمشغولية المرأة الريفية ، وكثافة الأعباء الملقة على عاتقها ، والتي فى إطارها ينحصر وقت الفراغ الذى تقتضيه أمام التلفزيون من ناحية أخرى .

وأيا كانت الآراء حول تفضيلات المشاهدة ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع الباحثين للتعرف على تصوراتهم لأفضل المضامين والبرامج التى يقدمها التلفزيون ، وكذا تلك المضامين والبرامج التى لاتحظى بإعجابهم ويرغبون فى إلغائها . وحول المضامين التى تحظى بالإعجاب ، أعاد الباحثون ترديد استجابات من قبيل البرامج الدينية والقرآن الكريم ، وحظيت هذه الاستجابة على الأولوية المطلقة بقرى البحث الأربع ، والتمثيلات والأفلام ، والأخبار ، وتدنى بعد ذلك نسبة ورود الاستجابات التى تشير إلى البرامج الثقافية ، أو الجماهيرية ، أو المرأة والطفل أو البرامج الرياضية أو الترفيهية ، مما يؤكد صحة البيانات التى أشرنا إليها من قبل .

وحول البرامج التى لاتحظى بالقبول ردد الباحثون استجابات من قبيل :
"لاشى كل حاجة كويسه " الأفلام والمشاهد الخارجة " ، "السلسلات والأفلام الأجنبية" ، "الأغاني والرقص" إلى غيرها من الاستجابات التى تعطى انطباعا سريعا بشدة تدين المبحوث ، وحرصه على التقاليد والثقافة ... الخ .

وكان اللات للنظر فى هذا المجال ، أنه فى الوقت الذى أشارت البيانات إلى شدة إقبال المبحوثين من جميع الفئات المهنية على مشاهدة المسلسلات والأفلام التلفزيونية ، فإن الجانب الأكبر منهم عبر ، كما أشرنا آنفا ، عن انتقاده لهذه المسلسلات والأفلام ، ووصفها أحيانا بالخلاعة ، وأحيانا أخرى بالخروج عن التقاليد والتفاهة ، وهو أمر يصعب فهمه ويشير إلى ازدواجية واضحة فى هذا المجال .

وقد أجاب الجانب الأكبر من المبحوثين (٣٢٥) مبحوثا بنسبة (٦٩.١٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة الذين يشاهدون التلفزيون بالإيجاب على التساؤل : أنت تشوف المسلسل العربى الى بيتنا كل يوم فى التلفزيون ؟ فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يشاهده "أحيانا" أو لا يشاهده على الإطلاق ، عن (٢٠.٢٪) و (١٠.٨٪) على الترتيب لكل منهما . وقد تلاحظ وجود علاقة معنوية دالة بين الموقع الجغرافى ومشاهدة المسلسل العربى اليومى فى التلفزيون (ك^١ معنوية عند مستوى ٠.٣) حيث يتزايد الإقبال على مشاهدة هذا المسلسل بقرى وجه قبلى بالمقارنة بقرى وجه بحرى . كما تتزايد نسبة مشاهدة أحيانا وعدم المشاهدة بالقرى (الأم) ، بالمقارنة بالقرى (التابعة) ربما بسبب المشغولية ، وتعدد النشاط المهنى بالقرى (الأم) بحيث لا يتوفر وقت الفراغ الكافى لتابعة المسلسل اليومى . وقد تأكد وجود علاقة دالة قوية (ك^٢ عند مستوى ثقة ٠.٠٠١) بين المهنة ومشاهدة المسلسل العربى اليومى بالتلفزيون . ويوضح الجدول رقم (٤) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤)

العلاقة بين المهنة والتعرض للمسلسل العربي اليومي في التلفزيون

المهنة	نعم		أحياناً		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
فلاح	٢٠٧	٧٤.١	٤٥	١٦	٢٦	٩	٢٧٨	١٠٠
حرفى	٥	٢٥	١١	٥٥	٤	٢٠	٢٠	١٠٠
تاجر	٨	٥٧	٥	٣٦	١	٧	١٤	١٠٠
موظف	٣٠	٦٧	١٢	٢٦	٣	٧	٤٥	١٠٠
مهنى	١٣	٥٤	١٠	٤٢	١	٤	٢٤	١٠٠
عامل	٤٥	٧٤	٧	١١	٩	١٥	٦١	١٠٠
طالب	٢٠	٦١	٦	١٨	٧	٢١	٣٣	١٠٠
إجمالي	٣٢٩	٦٩.١	٩٦	٢٠.٢	٥١	١٠.٧	٤٧٦	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٤) الارتفاع النسبى الواضح فى تعرض فئات : الفلاحين ، والعمال ، والطلبة للمسلسل العربى فى التلفزيون ، حيث تصل نسبة المشاهدة بانتظام بينهم إلى (٧٤٪) لدى كل من الفلاحين والعمال ، و (٦١٪) لدى فئة الطلبة ، فى حين تنخفض هذه النسبة إلى (٢٥٪) و (٥٤٪) و (٥٧٪) لدى فئات الحرفيين والمهنيين والتجار على الترتيب ، ربما كما أشرنا من قبل بسبب المشغولية وعدم انتظام وقت الفراغ لدى الفئات الأخيرة . كما تظهر بيانات النوع* ، أن الإناث أكثر إقبالا من الذكور فى التعرض للمسلسل العربى ، حيث ترتفع نسبة الإجابة "بنعم" لديهن إلى (٨٤٪) فى مقابل (٦٢٪) لدى الذكور ، وتنخفض نسبة المشاهدة "أحيانا" أو عدم المشاهدة بين الإناث لتصل إلى (١٤٪) و (٣٪) على الترتيب فى مقابل (٢٣٪) و (١٥٪) بين الذكور .

وقد أظهر الحوار المتعمق مع المبحوثين - أفراد العينة - حول رأيهم فى

* راجع بيانات الجدول رقم (٦) ملحق رقم (٢) .

هذا المسلسل ، ودرجة الاستفادة منه ، الميل العام لدى المبحوثين لترديد استجابة "حلوة وكويسة" بنسبة وصلت إلى (٨٥٪) من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون ، فى حين لم تتجاوز نسبة ورود الاستجابات التى تشير إلى أنها "مش كويسة" ، أو "فيه كويس وفيه مش كويس" عن (١٥٪) . كما أظهر المبحوثون عجزا واضحا فى تحديد نوعية الاستفادة من هذه المسلسلات "أهى كويسة وخلص ، مش عارف ، الواحد بيتفرج وينبسط وخلص" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اكتفاء المبحوث بالمشاهدة والانهيار بها دون أن يكون هناك استفادة حقيقية على الأقل يعيها المبحوث ، على الرغم من تلميحاتهم السابقة عن خروجها عن المألوف والثقافة السائدة .

ويصرف النظر عن الرأى فى المسلسلات التى يقدمها التلفزيون أو درجة الاستفادة منها ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٧٥) مبحوثا بنسبة (٨٨٢٪) من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثا ، للإجابة بالإيجاب رداً على تساؤلنا : لوفيه مسلسل بيتكلم عن حياة الريف والفلحين بتحس أنه بيتكلم عنكم ولا ؟ فى حين لم يتجاوز عدد من نفى ذلك وأكد عدم تعبير مثل هذه المسلسلات عن حقيقة الأوضاع فى الريف سوى (٥٠) مبحوثا بنسبة (١١٨٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون .

ومع ذلك فقد أحدث طرح التساؤل : إزاي ؟ على المبحوثين الذين أجابوا بالإيجاب ارتباكاً واضحاً وعدم قدرة على التحديد ، ومال العديد منهم إلى التهرب أو المراوغة ، أو ترديد استجابات غير محددة المعنى من قبيل القول : "بيعملوا مشاريع حلوة ، مش عارف ، بيتناولوا المشاكل والواقع" إلى غيرها من الاستجابات غير محددة المعنى ، والتى تشكك فى دقة استجاباتهم اللفظية حول تعبير المسلسلات التلفزيونية عن الواقع الريفى ، وفى المقابل تحدث المبحوثون

الذين نفوا تعبير المسلسلات التلفزيونية عن حياة القرويين عن المبالغة في تصوير الأمور ، وعلى حد قول البعض "يتجيب حاجات مش حقيقية عن الفلاح" . فإذا تجاوزنا المسلسل العربى إلى برنامج "سر الأرض" الذى يقدمه التلفزيون ، ويستهدف الإرشاد الزراعى وترويج المعلومات الزراعية الصحيحة بين الفلاحين فى القرية المصرية ، فإن الجانب الأكبر من المبحوثين أكد تعرضه لهذا البرنامج الإرشادى ، ويوضح الجدول رقم (٥) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥)
تعرض القرويين لبرنامج سر الأرض فى التلفزيون

درجة التعرض	التكرار	%
بانتظام	٣١٩	٦٦٫٩
بظرونها	٨٢	١٧٫٣
لا	٧٥	١٥٫٨
إجمالى	٤٧٦	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٥) أن (٣١٩) مبحوثا بنسبة (٦٦٫٩٪) يشاهدون برنامج سر الأرض الذى يقدمه التلفزيون فى حين لا تتجاوز نسبة من يشاهد هذا البرنامج "بظرونها" وحسب وجود وقت الفراغ ، أو لا يشاهده على الإطلاق عن (١٧٫٣٪) و (١٥٫٨٪) على الترتيب لكل منهما من إجمالى المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون ، والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثا .

وعلى نفس المنوال ، أشارت الغالبية العظمى (٣٥١) مبحوثا بنسبة (٨٧٫٥٪) فى الحوار حول مدى ملائمة توقيت إذاعة البرنامج إلى أنه توقيت مناسب . فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنه توقيت غير مناسب عن (٣٧) مبحوثا بنسبة (٩٫٣٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقرؤا بتعرضهم للبرنامج

والبالغ عددهم (٤٠١) مبحوث . وأشار (٩) من المبحوثين بنسبة (٢٢٪) إلى أنه لايعرف الميعاد أصلا . وقد عبرت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣٩٥) مبحوثا بنسبة (٩٨٪) عن رأيها في البرنامج ، وأكدت أنه "مفيد وكويس" ، في حين لم تتجاوز نسبة الاستجابات التي أشارت إلى أنه "غير مفيد" عن (١٪) فقط من إجمالي المبحوثين أفراد العينة الذين أقرؤا بمشاهدتهم للبرنامج .

وأيا كانت الاستجابات اللفظية حول درجة تعرض المبحوثين لبرنامج "سر الأرض" أو مدى مناسبة توقيت إذاعته ، أو رأيهم في البرنامج ودرجة استفادتهم منه ، وماقد تحمله من مبالغة ، وعدم دقة ، ربما بسبب رغبة المبحوث في الظهور بمظهر المطلع ، أو لعلها الرغبة في مسابقة الباحث ، فإن تعميق الحوار معهم في هذا المجال ، وبالذات فئة الفلاحين أفراد العينة ، يكشف عن أن غالبيتهم ليس لديهم معرفة حقيقية بساعة و يوم إذاعة البرنامج أو إعادة إذاعته ، وأن تعرضهم للبرنامج كثيرا مايبقى عرضا وبالمصادفة البحتة ، وكان طلب تحديد توقيت إذاعة البرنامج يقابل من جانب المبحوث بالمراوغة وبالذات جماعة الفلاحين المعنيين أصلا بالبرنامج لينتهى معظمهم بترديد استجابات من قبيل : "مش عارف ، أنا يشوفه وخلاص" ، "الواحد عارف أكل إيه امبارح" ، إلى غيرها من الاستجابات التي تشير إلى محدودية ارتباط المبحوثين بالبرنامج ، ومبالغة استجاباتهم اللفظية السابقة حول كثافة تعرضهم للبرنامج كذلك . فقد كشف الحوار مع المبحوثين - على اختلاف انتماءاتهم المهنية حول كيفية الاستفادة من البرنامج في الواقع الفعلي - عن عدم قدرة على تحديد طبيعة هذه الاستفادة أو مجالاتها ، والميل العام للتعميم وترديد استجابات من قبيل : "يبربط الإنسان بالأرض ، بيعلمنا الانتماء ، بنتعلم منه الزراعة ، لا نستفيد منه شئ" ، إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التي تشير إلى عدم استفادة حقيقية ولمعوسة من جانب المبحوثين أفراد

العينة ، حيث كثيرا ماتتأتى التوصيات غير واقعية ، أو لا تتوفر الإمكانيات المتاحة لتطبيقها ... الخ ، وأن الأمر لايعلم أن يكون مجرد فرجه . والاستمتاع بالدراما الهزلية أو الساخرة التى عادة مايقصمونها البرنامج والتي تتجه ناحية تدعيم الصورة التقليدية الشائعة حول بلاهة الفلاح المصرى وانغلاقه وجموده ، وعدم قدرته على التغيير ... الخ .

وإذا تجاوزنا برنامج سر الأرض إلى الإعلانات التلفزيونية ، ومع أن (١٨) مبحوثا بنسبة (١٦٪) فقط من إجمالى المبحوثين قد عبروا من قبل عن تفضيلهم التعرض لهذه الإعلانات ضمن برامج التلفزيون التى يرغبون فى مشاهدتها ، إلا أن الغالبية العظمى من المبحوثين ، أكدوا تعرضهم الفعلى لهذه الإعلانات . ويوضح الجدول رقم (٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦)
درجة تعرض القرويين لإعلانات التلفزيون

درجة التعرض	التكرار	%
بانتظام	٣٩٢	٨٣٫٦
بظرونها	٤٦	٩٫٨
لا	٢٨	٦٫٦
إجمالى	٤٦٦	١٠٠٪

وتظهر بيانات الجدول رقم (٦) ، أن (٣٩٢) مبحوثا بنسبة (٨٣٫٦٪) يتعرضون بانتظام لإعلانات التلفزيون ، وفى الواقع ، فإن هذا التعرض لايتأتى نتيجة رغبة حقيقية ، حيث لا تتجاوز هذه الرغبة - كما أشرنا من قبل - عن (١٦٪) من إجمالى المبحوثين ، وإنما يأتى ، بسبب الرغبة فى مشاهدة المسلسلات أو الأفلام أو المباريات الرياضية ... الخ أو التهيؤ لمشاهدة هذه

النوعية من المضامين ، والتي عادة مايسبق إذاعتها تخصيص فترة إعلانية غير محددة المدة ، الأمر الذى يضطر معه الفرد إلى التعرض للإعلانات ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يتعرض أحيانا أو لايتعرض على الإطلاق لهذه الإعلانات عن (٩٨٪) ، (٦٩٪) فقط على الترتيب لكل منهما .

وتظهر البيانات أن ثمة علاقة دالة بين النوع وكثافة التعرض للإعلانات التليفزيونية (كا^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٤) ، حيث تقبل الإناث أكثر على مشاهدة الإعلانات التليفزيونية بالمقارنة بالذكور ، فلهذا الإناث تصل نسبة التعرض بانتظام إلى إعلانات التليفزيون (٩٣٪) فى مقابل (٧٩٪) لدى الذكور* . كما تبين وجود علاقة بين المهنة والتعرض للإعلانات (كا^٢ دالة عند مستوى ٠.١٨) ، حيث تزيد نسبة مشاهدة الإعلانات التليفزيونية أحيانا أو عدم مشاهدتها على الإطلاق بين فئة الفلاحين ، والعمال ، والطلبة والموظفين ، وتتضاءل هذه النسبة لدى فئة الحرفيين والتجار والمهنيين** .

وقد أظهر المبحوثون فى الحوار معهم حول رأيهم فى هذه الإعلانات مواقف متناقضة ، فبينما أشار البعض إلى أنها "كويسة" ، عبر البعض الآخر عن تبرمه منها من حيث "أنها كثيرة قوى ومملة ومش تمام ويتضيق الوقت" على حد تعبير المبحوثين .

ويصرف النظر عن درجة التعرض للإعلانات التليفزيونية أو الرأى فيها ، فقد كان من المفيد التعرف على أثر هذا التعرض ومايتركه على سلوك المبحوثين فى الواقع الفعلى ، فطرحنا عليهم السؤال الآتى : ياترى الى فى البيت يبقوا عايزين يشترىوا الحاجات الى بتيجى فى الإعلانات؟ ووضح الجدول رقم (٧) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

- * انظر بيانات جدول رقم (٧) ملحق رقم (٣) .
- ** انظر بيانات جدول رقم (٨) ملحق رقم (٣) .

جدول رقم (٧)

مدى رغبة القرويين في شراء الأشياء التي ترد في الإعلانات

الترتيب	التكرار	%
ترغب في الشراء	٣١٩	٧١٫٨
لا ترغب في الشراء	١١٩	٢٨٫٢
إجمالي	٤٣٨	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٧) ، إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٣١٩) مبحوثاً بنسبة (٧١٫٨٪) تتأثر بما يرد في الإعلانات التلفزيونية من أصناف الأطعمة والمشروبات والأجهزة والسلع المختلفة ، وتتحرّك فيها الرغبة والطموح لشرائها أو حيازتها ، وكان اللات للفر في ذلك أن الذكور أكثر رغبة وطموحاً في شراء ما يرد في الإعلانات بالمقارنة بالإناث وذلك على غير العادة أو التوقع ، فقد وصلت نسبة توفر الرغبة في الشراء بين الذكور إلى (٦٦٪) ، بينما هذه النسبة لم تتجاوز لدى الإناث (١٧٪) ، وعدم الرغبة في الشراء لدى الذكور وصلت إلى (٣٤٪) وارتفعت بين الإناث لتصل إلى (٨٣٪) ، الأمر الذي يشير إلى شدة تأثر الذكور بهذه الإعلانات بالمقارنة بالإناث ، ولتفسير لذلك لدينا سوى ما هو معروف عن مسئولية المرأة الريفية عن الإدارة الاقتصادية للمنزل الريفي وتبدير ميزانيته . أو لعلها الواقعية والرضا بالقليل ومحدودية الطموح التي تميز المرأة الريفية .

كذلك ، فقد تبين وجود علاقة بين الاختلافات المهنية ، والرغبة في شراء ما يرد في إعلانات التلفزيون ، (كما دالة عند ٠.٣٪) حيث تزيد نسبياً هذه الرغبة لدى فئات المهنيين والفلاحين والتجار فتصل إلى (٨٢٪) و (٧٧٪) و (٧١٪) على

• انظر بيانات جدول رقم (١) ملحق رقم (٢) .

الترتيب . بينما تقل رغبة الشراء لدى فئات الحرفيين والموظفين والعمال والطلبة ، حيث لا تتجاوز النسبة بينهم (٥٥٪) و (٦١٪) و (٦١٪) و (٦٢٪) على الترتيب لكل منهم*.

ويصرف النظر عن الرغبة في شراء مايرد في الإعلانات التليفزيونية ، فقد كان مثيرا للانتباه أن يتجه الجانب الأكبر من المبحوثين الذين عبروا عن الرغبة في شراء مايرد في الإعلانات والبالغ عددهم (٣١٧) مبحوثا ، تأكيد قدرتهم المادية على الشراء ، ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة .

جدول رقم (٨)
قدرة القرويين على شراء مايرد في الإعلانات

الترتيب	التكرار	٪
يستطيع الشراء	٢١٧	٦٨,٥
لا يستطيع الشراء	١٠٢	٣١,٥
إجمالي	٣١٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٨) أن هناك (٢١٧) مبحوثا بنسبة (٦٨,٥٪) من إجمالي المبحوثين الذين عبروا عن رغبتهم في شراء مايرد في الإعلانات التليفزيونية ، لديهم القدرة على شراء مايرد في هذه الإعلانات إذا أرادوا . في حين لم يتجاوز عدد من أقر بعدم قدرته على الشراء عن (١٠٢) مبحوث بنسبة (٣١,٥٪) من إجمالي هؤلاء المبحوثين . ولا توجد فروق ذات دلالة في هذا المجال ، سواء على مستوى الموقع الجغرافي ، أو النوع أو المهنة .

وأيا كانت نتائج الاستجابات اللفظية في هذا المجال ، فقد كشفت الملاحظة المباشرة ، والمناقشات الجماعية بقرى البحث الأربع ، أن الإعلانات التلفزيونية ، زودت القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية التي لم تكن مألوفة من قبل في القرية المصرية ، واستطاع العديد منهم في الحوار معه ترديد أسماء الكثير من الأطعمة والمشروبات مثل الكاكولا ، الببسي والسفن أب ، ومكرونة كابري ، وروما ، والمهندس والشبسي ، والكاراتي ، وبم بم ، وشيكولاتة جيرسي ، والأيس كريم ، وكيمو وماواي ... الخ ، وهي جميعها أصبحت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع القرويين وبالأذات الأطفال ، خصوصا مع توافرها بمحلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية ، وموضع شكوى من أرباب الأسر ، كما أظهر الحوار المتعمق مع النساء أفراد العينة عن زيادة معارفهم من خلال الإعلانات التلفزيونية بالكثير من أنواع العطور والصابون والشامبو ، وأصبح البعض منهن يستخدمها بالفعل ، ويتجهن لشرائها ، خصوصا في حفلات الزواج والمناسبات السعيدة .

ومع ذلك ، يبقى العديد من السلع والأجهزة الاستهلاكية وأصناف المأكولات الفاخرة التي ترد في إعلانات التلفزيون ، وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها ، ويكتفون في ذلك بالمشاهدة التي يصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحقد الاجتماعي .

لذا تجاوزنا الإعلانات الاستهلاكية ، إلى إعلانات تنظيم الأسرة ، فإننا نجد أن الغالبية العظمى من القرويين - وعلى اختلاف انتماءاتهم المهنية أو مواقعهم الجغرافية - تتعرض لهذه الإعلانات ، ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة .

جدول رقم (٩)
تعرض الزوجين لإعلانات تنظيم الأسرة

التعرض	التكرار	%
يتعرض	٤٥٤	٩٥.٦
لا يتعرض	٢٢	٤.٤
إجمالي	٤٧٦	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول أن (٤٥٤) مبحثاً بنسبة (٩٥.٦٪) تتعرض لإعلانات تنظيم الأسرة التي يقدمها التلفزيون عادة خلال الفقرات الإعلانية ، في حين لا تتجاوز نسبة الذين أقرؤا بعدم تعرضهم لهذه الإعلانات عن (٢٢) مبحثاً بنسبة (٤.٤٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون .
وقد أبدى غالبية المبحوثين في الحوار معهم حول رأيهم في هذه الإعلانات وموقفهم من فكرة تنظيم الأسرة ، استجابات إيجابية مواتية . ويوضح الجدول التالي نتائج الاستجابات اللفظية في هذا المجال .

جدول رقم (١٠)
رأي الزوجين في إعلانات تنظيم الأسرة

الرأي	التكرار	%
كلام فاضح	٤	٠.٨
ضد الدين وإرادة ربنا	١٩	٤.٢
الناس يتفرج ويخلص	٨	١.٧
كويسة ومفيدة	٤١٦	٩١.٧
أخرى	٧	١.٦
إجمالي	٤٥٤	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٦) مبحوثاً بنسبة (٩١٫٧٪) من إجمالي المبحوثين الذين أقرّوا بتعرضهم لإعلانات تنظيم الأسرة والبالغ عددهم (٤٥٤) مبحوثاً لديهم آراء إيجابية تجاه هذه الإعلانات (كويسة ومفيدة) . فى حين لم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير إلى اتجاهات غير إيجابية كالقول مثلاً بأنها : "كلام قاضى" ، أو "أنها ضد الدين وإرادة ربنا" ، أو أن الناس بتتعرض وخلص إلى غيرها من الاستجابات السلبية أو المناهضة لفكرة تنظيم الأسرة عن (٩٧٪) فقط من إجمالي الأفراد الذين يتعرضون لهذه الإعلانات . ولاتظهر البيانات التفصيلية وجود أية علاقة لها دلالتها بين المهنة ، أو النوع ، أو الموقع الجغرافى والرأى فى تنظيم الأسرة ، حيث تظل الغالبية تبتدى استجابات لفظية ، تشير إلى معرفة واسعة بإعلانات تنظيم الأسرة ، وبآراء إيجابية نحوها . وذلك بصرف النظر عن مدى انعكاس هذه الآراء على السلوك أو الممارسة الفعلية لفكرة التنظيم فى دنيا الواقع ، وحيث تبدو الفجوة واسعة بين حقيقة مايبيده الفرد من رأى فى هذا الموضوع ، وبين مواقفه أو ممارساته الفعلية، وهو أمر يتطلب المزيد من البحث فى هذا المجال .

وتظهر الحوارات المستفيضة مع المبحوثين حول رأيهم فى إعلانات معالجة الجفاف والبلهارسيا ، آراء واتجاهات أكثر إيجابية تجاه هذه الإعلانات وردد غالبيتهم بنسبة وصلت إلى (٩٨٪) استجابات تشير إلى أنها : "كويسة ويتقدم معلومات مفيدة للناس" ، وانحصرت الاستجابات المناهضة المحدودة لهذه الإعلانات ، (٢٪) فى كونها "مكررة والناس حفظتها" على حد تعبير المبحوثين ، الأمر الذى يشير إلى التأييد الواسع وشدة الإصغاء لهذه الإعلانات المرتبطة بالطفل والصحة العامة للقرويين .

وعادة ، ماتم مشاهدة التلفزيون في إطار جمعى أو أسرى ، ويندر أن تتم بصورة فردية ، حيث كثيرا مايجلس الفرد لمشاهدة التلفزيون في حضور الأهل والأصدقاء أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة . وقد تأكد هذا السلوك في استجابات الباحثين اللفظية على تساؤلنا : في العادة ، أنت بتتفرج على التلفزيون لوحده ولا مع حد ثاني ؟ فقد مالت الغالبية العظمى إلى الإجابة مع الأهل . ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة .

جدول رقم (١١)
سلوك تعرض القرويين للتلفزيون

التعرض	التكرار	%
لوحده	١٣	٢,٧
مع الأهل	٤٢١	٨٨,٤
حسب الظروف	٤٠	٨,٥
أخـرى	٢	٠,٤
إجمالي	٤٧٦	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول ، فإن (٤٢١) مبحوثا بنسبة (٨٨,٤٪) من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون ، عادة ماتم مشاهدتهم للتلفزيون في حضور آخرين كلقراء الأسرة أو الأقرباء أو الأصدقاء ... الخ وأشار (٤٠) مبحوثا بنسبة (٨,٥٪) إلى أن الأمر يتوقف على الظروف ومدى فراغ الآخرين . في حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنه يشاهد التلفزيون في العادة بمفرده عن (١٣) مبحوثا بنسبة (٢,٧٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون .

وتظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة دالة قوية بين المهنة وسلوك التعرض الفردي أو الجمعي للتليفزيون (كاً^٢ دالة عند مستوى ثقة ١٠٠٠ ر.) حيث تزيد نسبة الاستجابات مع الأهل لدى فئة الفلاحين ، والعمال ، والتجار ، في مقابل تزايد التعرض الفردي للتليفزيون لدى فئة الموظفين والطلبة . ويندر أن تتعرض فئة المهنيين بمفردها للتليفزيون وهكذا * .

وإذا كان الطابع الغالب على مشاهدة التليفزيون هو الطابع الجمعي ، فقد كان من المفيد أن نطرح السؤال الآتي على الباحثين : طيب ياترى بتحب تناقش الى بتشوفه معاهم ولابتتخرج وخلص ؟ وهنا اتجه الجانب الأكبر من الباحثين إلى تأكيد هذه المناقشة ، حيث عادة ماتتور المناقشات وتبدى التعليقات المتبادلة بينهم حول مايقال أو يشاهد . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٢)

تصرف الزويين أثناء المشاهدة الجماعية لبرامج التليفزيون

التعرض	الترار	%
بيناقش ويقول رايه	٣١١	٦٧,٢
يكتفى بالمشاهدة فقط	١٠٩	٢٣,٤
حسب الظروف	٤٣	٩,٤
إجمالي	٤٦٣	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٢) أن الجانب الأكبر من الباحثين الذين أقرأوا بمشاهدتهم الجماعية للتليفزيون (٣١١) مبحوثا بنسبة (٦٧,٢٪) تناقش مايعرض أمامهم فى التليفزيون خلال جلسة المشاهدة وهو أمر غاية فى الأهمية ،

* انظر بيانات الجدول رقم (١٠) ملحق رقم (٣) .

خصوصاً عند مناقشة قضية تأثير التليفزيون في القرية المصرية ، وحيث تلعب الآراء الشخصية والعلاقات الاجتماعية دورها ، في حين لم تتجاوز نسبة من يتكفى فقط بالمشاهدة دون حوار أو إبداء تعليقات على مايرد من مضامين ، أو أن الأمر يتوقف لديه على الظروف وطبيعة المشاهد المقدمة عن (٢٣٪) و (٩٤٪) على الترتيب لكل منهما .

٢- الإليسو

ظلت أجهزة الراديو محدودة العدد في قرى الريف المصرى خلال الخمسينيات من هذا القرن ، ويقتصر وجودها على عدد من الأجهزة التى تعد على أصابع الأيدي ، وفى حوزة فئات معينة سواء أعيان القرى أو لدى أحد البقالين أو أصحاب المقاهى ، ودخلت أجهزة الراديو بكثافة ملحوظة إلى القرية مع بداية الستينيات ، وذلك فى إطار الترانزستور وانخفاض أسعاره من جهة ، بالإضافة إلى عودة الكثير من أبناء القرى المجندين الذين شاركوا فى حرب اليمن خلال الفترة من ١٩٦٢ - ١٩٦٧ من جهة أخرى ، حيث كانت تتيح لهم المرتبات التى يقومون بإدخالها هناك شراء أحد أجهزة الراديو أثناء العودة إلى القرية . بل وكانت حيازة مثل هذا الجهاز تعد بمثابة أحد مؤشرات التمايز فى نظر العديد من فقراء الفلاحين خلال ذلك الوقت والحراك الذى حققه المجندون العائنون . ثم أخذت أجهزة الراديو فى الانتشار بعد ذلك بصورة واضحة ، لدرجة أنه أصبح من النادر أن نجد أسرة ريفية لا تحوز راديو أو اثنين على الأقل .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين - أفراد العينة - حول جهاز الراديو بطرح السؤال الآتى : أنت متعود تسمع الراديو ولا ؟ ويوضح الجول رقم (١٢) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (١٣)

درجة تعود القرويين على سماع الراديو

درجة التعود	التكرار %	
دائماً	٢٥٠	٤٩٤
حسب الظروف	١٥٩	٣١٢
لأسمعه	١٠٠	١٩٤
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٣) أن النسبة الغالبة من المبحوثين (٤٩٤٪) تواظب على الاستماع للراديو ، ومع ذلك ، فإن هناك (١٥٩) مبحوثاً بنسبة (٣١٢٪) لاتواظب على هذا الاستماع ، وأن الأمر لديها يتوقف على الظروف أو التعرض العشوائي وغير المنتظم . فى حين وصلت نسبة عدم الاستماع إلى الراديو على الإطلاق إلى (١٩٤٪) من إجمالى المبحوثين أفراد العينة . الأمر الذى يشير إلى تراجع نسبى فى معدلات تعرض القرويين للراديو . وقد يعود ذلك إلى تحول نظرة القرويين إلى جهاز الراديو كوسيلة لمعرفة أخبار الدنيا ، ونقل إجراءات وقرارات حكومة الثورة ، ونشر الوعى بين القرويين فى المقام الأول ، على النحو الذى كان سائداً خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات ، إلى النظر إليه باعتباره وسيلة للتسلية وسماع الأغانى أو القرآن الكريم والأخبار فى وقت الأزمات فى الوقت الراهن . أو ربما يعود هذا التراجع أيضاً إلى سحب بعض الوسائل الاتصالية الأخرى مثل التليفزيون وأشرطة التسجيل ، التى راجت مؤخراً فى مجتمع القرية ، لبعض جمهور الراديو .

وتشير البيانات التحليلية إلى عدم وجود علاقة بين النوع ودرجة التعود على الاستماع للراديو ، حيث يظل معدل تعرض الذكور متقارباً مع معدل تعرض

الإناث فى القرية إلى حد كبير ، ومع ذلك فقد تبين وجود علاقة دالة بين الموقع الجغرافى ودرجة التعود على الاستماع للراديو (كأ^٢ معنوية عند مستوى ٠.٠٤) ، حيث يرتفع نسبياً التعود على الاستماع للراديو بقرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى ، وفى القرى (الأم) بالمقارنة بالقرى التابعة* ، كما تبين وجود علاقة محدودة بين المهنة والتعود على الاستماع للراديو (كأ^٢ معنوية عند مستوى ٠.٠٦) حيث ترتفع قليلاً نسبة الاستماع للراديو لدى فئات الطلبة والفلاحين والعمال والمهنيين وتقل نسبياً لدى فئات الحرفيين والتجار**.

وقد اتجه البحث للحوار مع جماعة المبحوثين الذين أقروا بعدم استماعهم للراديو والبالغ عددهم (١٠٠) مفردة ، بغية التعرف على أسباب عدم استماعهم لهذه الوسيلة الاتصالية ، ويوضح الجدول رقم (١٣) نتائج الحوار فى هذا الجانب .

جدول رقم (١٤)

(أسباب عدم استماع القرويين للراديو)

السبب	التكرار	%
ليس لديه وقت	٢٩	٢٩
لا يملك راديو	٣٢	٣٢
الراديو للناس الغايبين	٣	٣
لا يحب الراديو	٦	٦
يفضل مشاهدة التلفزيون	١٧	١٧
أخرى	١٣	١٣
إجمالي	١٠٠	١٠٠

* انظر بيانات الجدول رقم (١١) ملحق رقم (٣) .

** انظر الجدول رقم (١٢) ملحق رقم (٣) .

وتشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى أن الجانب الغالب من أسباب عدم الاستماع أو تعامل المبحوث مع الراديو ، يعود إلى عدم حيافة جهاز الراديو ذاته (٣٢) مبحوثاً بنسبة (٣٢٪) من إجمالي الأفراد الذين لا يستمعون إلى الراديو ، الأمر الذى يعنى من ناحية أن حجم حيافة أجهزة الراديو لدى أفراد العينة الكلية لا يتجاوز (٩٣٧٪) من إجمالي المبحوثين البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث ، ويتناقض من ناحية أخرى مع الانطباع العام الشائع ، ونتائج بعض البحوث الحقلية الأخرى التى تشير إلى حيافة جميع الأسر الريفية لجهاز أو أكثر من أجهزة الراديو .

وبلى عدم حيافة جهاز الراديو ، المشغولية ، وعدم وجود وقت للاستماع للراديو بنسبة (٢٩٪) ، ثم تفضيل مشاهدة التلفزيون بنسبة (١٧٪) ، وهو أمر يؤكد صحة ما أشرنا إليه من قبل حول سحب جهاز التلفزيون لبعض جمهور الراديو ، ثم عدم حب الراديو ، أو النظر إليه باعتباره وسيلة ترفيه "الراديو للناس الغائبة" بنسبة (٩٪) من إجمالي أفراد العينة الذين لا يستمعون إلى الراديو .

وإذا تجاوزنا من لا يستمع إلى الراديو إلى من يستمع ويتفاعل مع جهاز الراديو ، بغية الوقوف على المضامين والبرامج التى يفضلون الاستماع إليها أكثر فى الراديو ، فإن بيانات الجدول رقم (١٥) تكشف عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على تساؤلاتنا فى هذا المجال .

جدول رقم (١٥)

المضامين والبرامج التي يفضل القرويون الاستماع إليها في الراديو

المضامين والبرامج المفضلة	التكرار *	%
الأخبار والتعليقات السياسية	١٦٤	١٧,٦
السلسلات الإثنية	١٢٢	١٣,١
برامج المرأة والطفل	٣٩	٤,٢
برامج الإرشاد الزراعي	١٣	١,٤
القرآن الكريم والبرامج الدينية	٢٩٤	٣١,٦
الإعلانات	٢	٠,٢
برامج المنوعات	٥٣	٥,٧
البرامج الجامعية	٦٣	٦,٨
الأغاني والموسيقى	١٢٣	١٣,٣
المباريات الرياضية	١٧	١,٨
البرامج الثقافية	٢٤	٢,٦
أخرى	١٦	١,٧
إجمالي	٩٣٠	١٠٠

* يزيد عدد تكرارات هذا الجدول من عدد أفراد العينة الذين يستمعون إلى الراديو البالغ عددهم ٤٠٩ لأن للبحث الواحد كان متاح له اختيار أكثر من متغير.

وتكشف بيانات الجدول رقم (١٥) عن مدى التغيير الذي طرأ على جهاز الراديو ، فعوضاً عن التوظيف السياسي والإعلام بممارسات النخبة السياسية ، بدعم معارفهم بإجراءات وقرارات الحكومة ومجريات الأحداث الداخلية والخارجية ، على النحو الذي كان سائداً من قبل ، والذي لم يعد يتجاوز (١٧,٦٪) في الوقت الراهن من إجمالي تفضيل القرويين لمضامين وبرامج الراديو ، أصبح القرويون يستخدمون الراديو أكثر في الاستماع إلى القرآن الكريم والبرامج الدينية ولها الأولوية المطلقة (٢٩٤) تكراراً بنسبة (٣١,٦٪) ، ثم المضامين

الترفيهية أو الخيالية مثل الأغاني والموسيقى والمسلسلات الإذاعية بنسبة (١٣,٣٪) و (١٣,١٪) على الترتيب لكل منهما ، والبرامج الجماهيرية بنسبة (٦,٨٪) ، وبرامج المتنوعات بنسبة (٥,٧٪) ، وتكفى بعد ذلك معدلات الاستماع إلى بقية المضامين والبرامج الإذاعية ، حيث نجد - مثلا - أن برامج الإرشاد الزراعي لا تتجاوز تفضيل التعرض لها بين القرويين (١,٤٪) ، الأمر الذي يشير إلى محدودية استفادة القرويين ، وبالأدوات الفلاحين من هذه البرامج . كما لم تتجاوز نسبة تفضيل التعرض لبرامج المرأة والطفل على أهميتها عن (٤,٢٪) والبرامج الثقافية عن (٢,٦٪) ، وهي جميعها بيانات تشير إلى محدودية المهام التي يقوم بها الراديو في مجتمع القرية في الوقت الراهن .

وتظهر البيانات وجود علاقة بين النوع وتفضيلات التعرض لبرامج الراديو* . فالذكور أكثر تفضيلا للبرامج الدينية والأخبار والتطبيقات السياسية ، حيث تصل نسبة هذا التفضيل بينهم إلى (٨١٪) و (٥١٪) على الترتيب . في حين أنها لا تتجاوز لدى الإناث (٥٢٪) و (١٧٪) . ويتميز الإناث في المقابل بتفضيل التعرض للمسلسلات الإذاعية والأغاني والموسيقى وبرامج المرأة والطفل ، حيث تصل نسبة تفضيل التعرض لهذه البرامج ليهن إلى (٤٥٪) و (٤٥٪) و (٤٧٪) على الترتيب لكل منها ، في حين لا تتجاوز هذه النسبة لدى الذكور عن (٢٣٪) و (٢٤٪) و (١٪) على الترتيب .

وبصرف النظر عن تفضيلات التعرض ، فقد اتجه البحث للتعرف على رأي المبحوثين فيما يقدمه الراديو من مضامين فعلية ، وطرحنا عليهم السؤال الآتي :
رأيه رأيك في الحاجات التي الراديو يبعثها ؟ وكان من المنطقي ، ونتيجة طبيعية لتركز

* انظر بيانات الجدول رقم (١٣) ملحق رقم (٣) .

استماع المبحوثين الراديو على البرامج الدينية، والأغاني والموسيقى ، والمسلسلات الإذاعية ، على النحو السابق الإشارة إليه ، أن تجيب الغالبية العظمى منهم رداً على هذا التساؤل بالإيجاب . ويوضح الجدول رقم (١٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٦)
رأي المبحوثين في البرامج التي يقدمها الراديو

الرأي	التكرار	%
كويسة	٢٨٣	٩٣٫٧
مش دايمًا كويسة	٢٤	٥٫٩
سيئة	٢	٠٫٤
إجمالي	٤٠٩	١٠٠٪

ويوضح من بيانات الجدول رقم (١٦) أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٩٣٫٧٪) مبحوثاً بنسبة (٩٣٫٧٪) تنظر إلى البرامج والمضامين التي يقدمها الراديو نظرة إيجابية ، وتحكم عليها بأنها "كويسة" فلا خلعة ولا مضامين أو مشاهد خارجة عن التقاليد والثقافة ، كما هو حادث مع جهاز التلفزيون . في حين تلاشت - أو كادت - نسبة الاستجابات التي تنظر إلى برامج الراديو نظرة سلبية وتعتبرها "سيئة" حيث لم تتجاوز هذه النسبة (٠٫٤٪) من إجمالي المبحوثين الذين يستمعون إلى الراديو . ومال (٢٤) مبحوثاً بنسبة لم تتجاوز (٥٫٩٪) إلى ترديد استجابات أكثر اعتدالاً كالقول مثلاً "فيه وفيه" أو "مش دايمًا كويسة" وهكذا .

وعلى الرغم من هذا الإقرار العام بإيجابية برامج الراديو ، فإن ثمة بعض التمايزات النوعية تكشف عنها البيانات التفصيلية فالإناث أكثر إيجابية تجاه برامج الراديو بالمقارنة بالذكور (كما^٢ دالة عند مستوى ٠٫٠٣) . كما تتزايد نسبياً الاتجاهات الإيجابية نحو برامج الراديو لدى فئات الحرفيين والمهنيين والعمال على

الترتيب ، ونقل نسبيا لدى فئات الموظفين والطلاب والتجار * .

ومع محدودية نسبة المبحوثين الذين أبدوا استجابات سلبية أو أقرب إلى السلبية تجاه برامج الراديو والبالغ عددهم (٢٦) مبحثاً بقى البحث الأربع ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار معهم للتعرف على مبررات عدم تقبلهم لبرامج الراديو . وقدم المبحوثون العديد من المبررات من قبيل : "الأغاني الجديدة الهابطة ، الأخبار طويلة ومكررة ومش كويصة ، المسلسلات مملة وغير مشوقة ، كلام ودرشة فارغة زى عدمها" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى عدم الإعجاب ببرامج الراديو ومحدودية درجة الاستفادة منه لدى هؤلاء المبحوثين .

ولمزيد من التأكيد حول حقيقة موقف المبحوثين من برامج الراديو ، والكشف عن رغباتهم الكامنة من هذه الوسيلة الاتصالية طرحنا عليهم السؤال الآتى : ومريض الراديو يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟ وتؤكد استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل صحة ما أشرنا إليه حول التغير الذى طرأ على طريقة توظيف القرويين لجهاز الراديو . ويوضح الجدول رقم (١٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٧)

تصورات القرويين لكيفية تطوير أداء الراديو

التكرار %	التكرار *	التصوير
٧٤	٤٠	يحسن من برامجه ويجعلها مفهومة
١٢٨	٧٠	زيادة البرامج الثقافية والتوعوية
٣١٧	١٧٣	زيادة البرامج الدينية والقرآن
٤٧	٢٥	زيادة الأغاني
١٣٦	٧٤	تقديم برامج تهتم بمشاكل الناس أكثر
١٣٧	٧٢	لا أعرف
١٦٧	٩١	أخرى
١٠٠	٥٤٥	إجمالاً

* يزيد عدد تكرارات هذا الجدول من عدد المبحوثين اللذين يستمعون إلى الراديو لأن المبحث الواحد كان متاح له اختيار أكثر من متغير .

• انظر بيانات الجدول رقم (١٤) ملحق رقم (٣) .

وتظهر بيانات الجدول رقم (١٧) أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٧٣) مبحوثاً بنسبة (٣١,٧٪) ترى ضرورة تكثيف البرامج الدينية والأحاديث النبوية والقرآن الكريم في الراديو ، حيث أصبح - وكما أشرنا من قبل - ينظر إلى الراديو باعتباره وسيلة لتلبية هذه الرغبة أو الحاجة لدى القرويين . ولى ذلك الاهتمام بالبرامج التي تعالج المشاكل التي يواجهها الأفراد في ممارسة حياتهم اليومية (٧٤) مبحوثاً بنسبة (١٣,٦٪) ، ثم زيادة البرامج الثقافية والتوعية (٧٠) مبحوثاً بنسبة (١٢,٨٪) ، وتجويد البرامج وتبسيط مضمونها (٤٠) مبحوثاً بنسبة (٧,٤٪) ، وزيادة الأغاني (٢٥) مبحوثاً بنسبة (٤,٧٪) من إجمالي التكرارات البالغ عددها (٥٤٥) تكراراً . واتجهت نسبة غير قليلة (٢٩,٠٩٪) لترديد استجابات سلبية من قبيل : " لا أعرف ، أو اللي هم عوزين يعملوه بيعملوه ، أو حيعمل إيه يعنى الراديو " ، إلى غيرها من الاستجابات التي تشير إلى عدم قدرة المبحوث على تقديم تصور أو رأى محدد في كيفية تطوير أداء برامج الراديو من وجهة نظره .

وبصرف النظر عن المضامين والبرامج التي يتعرض لها القرويون أو مقترحاتهم بشأن تطوير هذه البرامج وتحسين أداء الراديو ، فقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المحطات الإذاعية التي يقبل عليها القرويون ، وطرحنا عليهم السؤال المفتوح الآتي : ياترى إيه المحطات الإذاعية اللي بتحب تسمعها في الراديو أكثر؟

وفصح الجدول رقم (١٨) عن نتائج الحصر الكمي لاستجابات المبحوثين اللفظية بقرى البحث الأربع عن هذا التساؤل .

جدول رقم (١٨)

المحطات الإذاعية التي يفضل القريون الاستماع إليها أكثر

المحطة الإذاعية المفضلة	التكرار *	%
إذاعة القرآن الكريم	٢٧٩	٣٢,٢٥
إذاعة مصر	١٧١	١٩,٧٧
إذاعة الشرق الأوسط	١٥٢	١٧,٥٧
صوت العرب	٩٨	١١,٣٢
أم كلثوم	٤١	٤,٧٤
البرنامج العام	٣٤	٣,٩٣
الشباب والرياضة	٢٤	٢,٧٧
القاهرة الكبرى	٢٢	٢,٥٤
لندن	١٨	٢,٠٨
استراليا	٧	٠,٨٢
الفضاء	٧	٠,٨٢
مونت كارلو	٦	٠,٦٩
وسط الدلتا أو شمال الصعيد	-	-
لا أعرف	٦	٠,٦٩
إجمالي	٨٦٥	١٠٠

* يتحدد عدد مفرقات هذا الجدول من عدد الأثراد الذين يستمعون إلى الراديو أعضاء الهيئة لأن المبرحة كان يحدد أحيانا أكثر من محطة إذاعية .

وتأتى إذاعة القرآن الكريم على رأس قائمة تفضيلات المحطات الإذاعية التي يقبل عليها القريون (٢٧٩) تكرارا بنسبة (٣٢,٢٥)٪ ، وينسجم ذلك مع ماسبق أن رده المبحوثون حول تفضيلهم التعرض للبرامج الدينية فى الراديو أو مطالبتهم بزيادة جرعة هذه النوعية من البرامج فى الراديو . ولى ذلك إذاعة مصر* (١٧١) تكرارا بنسبة (١٩,٧)٪ ، وربما المقصود هو محطة البرنامج العام ، التى وردت صراحة فقط بهذا الاسم فى استجابات (٢٤) مبحثا بنسبة (٣,٩٣)٪ ، ثم إذاعة الشرق الأوسط فى المرتبة الثالثة (١٥٢) مبحثا بنسبة

(١٧٥٧٪) ، وصوت العرب بنسبة (١١٣٢٪) ، وإذاعة أم كلثوم بنسبة (٤٧١٪) ، وتبنت بعد ذلك نسبة الاستماع إلى بقية المحطات الإذاعية ، مثل إذاعة الشباب والرياضة ، القاهرة الكبرى ، والشعب وغيرها .

وكان الالفت للنظر فى بيانات الجدول رقم (١٨) هو الانخفاض الشديد فى استجابات المبحوثين التى تشير إلى تفضيلهم التعرض للمحطات الأجنبية ، حيث لم تتجاوز نسبة تفضيل الاستماع إلى راديو لندن عن (٢٠٨٪) واسرائيل عن (٨٢٪) ومونت كارلو عن (٠٦٩٪) ، واختفت تماما الاستجابات التى تشير إلى أية محطات عربية أو صوت أمريكا ، أو حتى للإذاعات المحلية مثل إذاعة وسط الدلتا ، أو إذاعة شمال الصعيد ، وهو أمر واضح الدلالة ، ويشير إلى التراجع الشديد فى فاعلية هذه المحطات الإذاعية فى مجتمع القرية .

ولم تتمكن الغالبية العظمى من المبحوثين ، وبالأذات جماعة الفلاحين ، والعمال ، والهرفيين من تقديم استجابات محددة حول أسباب تفضيلهم للمحطات الإذاعية المشار إليها آنفا . باستثناء إعادة تكرار ماسبق الإشارة إليه حول تفضيلات تعرضهم لبرامج الراديو ، كالقول : "علشان بتجيب القرآن ويتقوم بالتوعية الدينية ، علشان بتنوع الموضوعات وخفيفة وسريعة وكله كويس ، بتهتم بالبرامج الرياضية ، بتهتم بالمسلسلات ، بتهتم بالأغاني" إلى غيرها من الاستجابات التى تعكس تفضيلات المبحوث من برامج الراديو .

وفى محاولة من جانب البحث لإعادة التثبت من علاقة المبحوثين بالمحطات الإذاعية السابق الإشارة إليها ، وحقيقة تفاعلاتهم معها ، طرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح الآتى : تقدر تقولى أسماء بعض البرامج اللى بتسمعها فى المحطات دى ؟

وكان الالفت للنظر فى استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل هو الانخفاض الواضح فى قدرة الجانب الأكبر منهم على التحديد ، أو ذكر برامج

معينة ، وميلهم للاستجابة "مش عارف" أو القول القرآن والبرامج الدينية ، أو المسلسلات" إلى غيرها من التعبيرات التى لاتعنى شيئا ولاتحدد برامج ، وتؤكد محدودية علاقة المبحوث بالمحطات المشار إليها وشكلية حديثهم حول تفضيلهم التعرض لها .

ومع ذلك ، فقد تمكن بعض المبحوثين من ترديد أسماء بعض البرامج ، يأتى على رأسها على سبيل الحصر وبالترتيب : الأخبار ، ما يطلبه المستمعون ، كلمتين وبس ، على الناصية ، ربات البيوت ، خمسة لصحتك ، همسة عتاب ، شببك لييك ، لو كنت مكانى ، أغرب القضايا ، أجراس الخطر ، زيارة لمكتبة فلان ، تسالى ، البرامج التعليمية ، مسرح المهنوعات ، والبرامج الرياضية .

وقد كان من المفيد تعميق البحث حول أوضاع الإذاعات المحلية ، خصوصا وأن استراتيجية الدولة تعتمد على هذه الإذاعات فى تنمية المناطق المحلية . ولم يردد المبحوثون أسماء هذه المحطات فى حوارهم السابق حول المحطات التى يفضلون الاستماع إليها ، وحيث تدخل قرى البحث الأربع فى نطاق الحيز الجغرافى لإرسال إذاعة وسط الدلتا (قرية مناوهلة وكفر مناوهله) ، وإذاعة شمال الصعيد (قرية أبو جرج والمودة) .

وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب بمحاولة التعرف على مدى معرفة المبحوثين بوجود إذاعة محلية تخدم محافظتهم . وطرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : يأتى فيه لحافظتكم إذاعة محلية بتخدمها ؟ وكان اللافت للنظر ومثيرا للدهشة فى الوقت نفسه ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين مالت لنفى وجود إذاعة محلية ، رغم وجودها فى الواقع الفعلى . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (١٩)

مدى معرفة المبحوثين بوجود إذاعة محلية لمحافظةهم

درجة للمعرفة	التكرار	%
يعرف	١٢٣	٣٠.٢
لا يعرف	٢٨٦	٦٩.٨
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول ، أن (١٢٣) مبحثاً بنسبة (٣٠.٢٪) فقط هم الذين لديهم معرفة بوجود إذاعة محلية لمحافظةهم . في حين نفى (٢٨٦) مبحثاً بنسبة (٦٩.٨٪) وجود هذه الإذاعة . وقد تبين وجود علاقة دالة قوية بين الموقع الجغرافي ودرجة المعرفة بوجود إذاعة محلية للمحافظة (كاً^٢ معنوية عند مستوى ٠.٠٠١) حيث تتزايد نسبة المعرفة بوجود إذاعة محلية بين المبحوثين بقرى وجه قبلى لتصل إلى (٤٢.٣٪) فى مقابل (١٧.٣٪) بين المبحوثين بقرى وجه بحرى .

وتنخفض نسبة عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية بقرى وجه قبلى لتصل إلى (٥٦.٧٪) فى مقابل (٨٢.٧٪) بقرى وجه بحرى . كما تبين وجود علاقة معنوية دالة بين المهنة ودرجة المعرفة بوجود إذاعة محلية (كاً^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٢) ، حيث يرتفع نسبياً عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية لدى فئة الفلاحين ، والطلاب ، وينخفض لدى فئة التجار والعمال والحرفيين وهكذا* . كذلك يلعب النوع تأثيراً فى هذا المجال ، حيث تزيد نسبة عدم المعرفة بوجود إذاعة محلية لدى الإناث لتصل إلى (٨٨٪) فى مقابل (٦٦٪) لدى الذكور . وبينما تصل نسبة المعرفة بين الإناث

* انظر بيانات الجدول رقم (١٥) ملحق رقم (٣) .

بوجود إذاعة محلية إلى (١٢٪) ترتفع هذه النسبة لدى الذكور لتصل إلى (٣٦٪) ، مما يشير إلى الضعف النسبي لعلاقة المرأة الريفية بالإذاعات المحلية . ومع محدودية عدد المبحوثين الذين أقرؤا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية تخدم محافظتهم ، فقد كان من المفيد مواصلة الحوار معهم للتعرف على حقيقة ارتباطهم بهذه الإذاعة أو درجة استماعهم لها . ويوضح الجدول التالي نتائج الحوار في هذا الجانب .

جدول رقم (٢٠)
درجة استماع الترويين للإذاعات المحلية

درجة الاستماع	التكرار	%
يستمع	٤٩	٣٩٫٨
لا يستمع	٧٤	٦٠٫٢
إجمالي	١٢٣	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقرؤا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية - على قلتهم - لا يستمعون إلى هذه الإذاعات (٧٤) مبحوثاً بنسبة (٦٠٫٢٪) ، في حين لم يتجاوز عدد من أشار منهم إلى استماعه لها عن (٤٩) مبحوثاً بنسبة (٣٩٫٨٪) من إجمالي هؤلاء المبحوثين البالغ عددهم (١٢٣) مبحوثاً . ويعنى ذلك ، أن حجم تعرض عينة البحث والبالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث للإذاعات المحلية لا يتجاوز (٩٫٦٣٪) ، وهو أمر يتناقض مع العديد من الكتابات التي تفرط في الحديث عن الدور البالغ الذي تلعبه الإذاعات المحلية في القرية المصرية .

وقد كان من الطبيعي تعميق الحوار مع المبحوثين للتعرف على الأسباب

الكامنة وراء عزوفهم عن الاستماع للإذاعات المحلية الخاصة بحفاظتهم . وقد قدم المبحوثون فى ذلك استجابات من قبيل : "ماfish وقت يابيه" ، لا أهتم بها ، الإرسال لايتى فى الراديو ، حثقول إيه يعنى إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى الميل العام للتقليل من شأن هذه الإذاعات ، أو أهمية ماتقدمه لمجتمع القرية .

وفى المقابل حصر المبحوثون الذين أقرأوا باستماعهم للإذاعات المحلية أسباب هذا الاستماع فى استجابة : "علشان أعرف أخبار محافظتى" ، ومع ذلك ، يكشف مواصلة الحوار مع هؤلاء الأفراد والبالغ عددهم (٤٩) مبحوثا ، عن ضعف ارتباطهم بهذه الإذاعات وعيلهم العام للتقليل من أهميتها أو دورها فى حياتهم ، فلم يتجاوز عدد الذين سبق لهم أن بعثوا للإذاعة المحلية بجواب أو شكوى ، أو اتصل بها لى سبب عن (خمسة) أفراد بنسبة (٤٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقرأوا بمعرفتهم بوجود إذاعة محلية ، ونفى (١١٨) مبحوثا بنسبة (٩٦٪) أن يكون قد قام بشئ من هذا القبيل .

كما أقرت الغالبية العظمى من هؤلاء الأفراد (٩٨) مبحوثا بنسبة (٧٩٧٪) أن المحطات الإذاعية الأخرى بتقيد أكثر عن محطة الإذاعة المحلية باعتبارها أعم وأشمل ، على حد وصف المبحوثين . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى درجة إفادة أكبر للإذاعة المحلية عن (٢٠) مبحوثا بنسبة (١٦٣٪) فقط . وعلى أساس أنها بتخص البلد .

كذلك ، فقد أبدى المبحوثون الذين أقرأوا باستماعهم للإذاعات المحلية عجزا واضحا فى ردهم على تساؤلنا :إيه الى بتقدمه الإذاعة المحلية خاصة بأمور محافظتكم ؟ حيث مال الجانب الأكبر منهم لترديد استجابة "مش عارف" ، وانحصرت بقية الاستجابات المحبودة فى ترديد عبارات من قبيل المشاكل والأسعار ، أخبار

المحافظة ، مشاكل الزراعة والرئى ، مافيش حاجة خاصة بالمحافظة إلى غيرها من الاستجابات التى تؤكد ماسبقت الإشارة إليه حول تدنى ارتباط القرويين بالإذاعات المحلية .

ومع ذلك ، ولزيد من الاطمئنان من دقة البيانات المعروضة أنفا حول الوضع المتردى للإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى إنت شايف أن الإذاعة المحلية بتساعد فى حل مشاكلكم ؟ ومرة أخرى مالت الغالبية العظمى من المبحوثين الذين أقرروا باستماعهم إلى الإذاعات المحلية للنفى . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢١)

مدى مساعدة الإذاعة المحلية فى حل مشاكل القرويين

التكرار %	مدى المساعدة
٣٥ ٢٨٤	تساعد فى حل المشاكل
٧٩ ٦٤٣	لا تساعد فى حل المشاكل
٩ ٧٣	أخرى
١٢٣ ١٠٠	إجمالى

وتفصح بيانات الجدول رقم (٢١) أن ٧٩ مبحوثا بنسبة (٦٤٣٪) من إجمالى المبحوثين الذين يستمعون إلى الإذاعات المحلية لديها اقتناع بأن الإذاعة المحلية لاتساعد فى حل مشاكلهم بالقرية ، الأمر الذى يؤكد صحة ما أشرنا إليه أنفا حول تلاشى دور هذه الإذاعات فى مجتمع القرية ، ربما بسبب استمرارية توجهاتها الحضرية على نسق الإذاعات المركزية ، واقتصار اهتمامها على مشكلات المدن التى تعمل بها . ولم يتجاوز عدد من أشار إلى أنها تساعد فى حل المشاكل - ربما من قبيل التزايد ومجاراة الباحث أو الرغبة فى الظهور بمظهر

المطلع الفاهم ... الخ - عن (٢٠) مبحوثاً بنسبة (٢٨٤٪) فقط من إجمالي هؤلاء المبحوثين والبالغ عددهم (١٢٣) مبحوثاً . حيث أحدث توجيه السؤال ذى إليه ؟ إليهم ارتباكاً واضحاً وعدم قدرة على تحديد نوعية المشاكل التى ساعدت فى حلها الإذاعة المحلية ، واكتفى البعض منهم بترديد استجابات من قبيل : "الاتصال بالمسؤولين لحل مشاكل القرية ، مشاكل الزراعة ، كله كويس يابيه" ، إلى غيرها من الاستجابات العامة غير محددة المعنى ، التى تؤكد شكلية الاستجابات اللفظية السابقة حول دور الإذاعة المحلية فى حل مشاكل القرية . ولم يتمكن تسعة أفراد بنسبة (٧٣٪) من تقديم رأى أو تصور فى هذا المجال ، واكتفوا بالاستجابة "مش عارف" .

وأياً كان الأمر ، فقد قدم المبحوثون بعض المقترحات لتطوير وضع الإذاعات المحلية ، حيث أشاروا فى ردهم على تساؤلنا : "إيه الى ممكن تمسك الإذاعة دى علشان تساهم فى حل المشاكل بتاعتكم ؟ إلى أهمية تقوية الإرسال وتحسين الصوت ، وزيادة فترة الإرسال ، وتقديم مشاكل القرية للمسؤولين ، النزول إلى الجماهير فى قلب القرية .

وإذا تجاوزنا الإذاعات المحلية إلى الإذاعات الأجنبية ، فأننا نجد أن مركز هذه الإذاعات الأخيرة لا يقل سوءاً عن مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع . ويوضح الجدول رقم (٢٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٢)

درجة استماع الرويين للإذاعات الأجنبية

درجة الاستماع	التكرار	٪
يستمع	١٢١	٢٩.٨
لا يستمع	٢٨٨	٧٠.٢
إجمالي	٤٠٩	١٠٠

وتكشف بيانات الجدول رقم (٢١) ، أن (٢٨٨) مبحوثا بنسبة (٧٠.٢٪) لا يستمعون إلى الإذاعات الأجنبية . في حين لم يتجاوز عدد الذين أقروا باستماعهم إلى هذه الإذاعات عن (١٢١) مبحوثا بنسبة (٢٩.٨٪) فقط من إجمالي المبحوثين أفراد العينة الذين يستمعون إلى الراديو . ومع ذلك ، فقد تبين وجود علاقة ارتباطية قوية بين النوع ودرجة الاستماع للإذاعات الأجنبية . ويوضح الجدول رقم (٢٢) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٢)
العلاقة بين النوع والاستماع للإذاعات الأجنبية

النوع		ذكور		إناث		إجمالي	
درجة الاستماع		ك	٪	ك	٪	ك	٪
يستمع	١٠.٨	٢٩	١٣	١١	١٢.١	٢٩.٩	٢٩.٩
لا يستمع	١٧.٣	٦١	١١.٥	٨٩	٢٨.٨	٧٠.١	٧٠.١
إجمالي	٢٨.١	١٠٠	١٢.٨	١٠٠	٤٠.٩	١٠٠	١٠٠

٥. يزيد عدد تكرارات هذا الجدول من عدد المبحوثين الذين أقروا باستماعهم للإذاعات الأجنبية والبالغ عددهم (١٢١) مبحوثا لأن المبحوث الواحد كان متاح له اختيار أكثر من متغير .

وتكشف بيانات الجدول رقم (٢٢) أن الذكور أكثر تعرضا نسبيا من الإناث للإذاعات الأجنبية ، فلدى الذكور تصل نسبة الاستماع لهذه الإذاعات إلى (٢٩٪) ، في حين لا تتجاوز هذه النسبة لدى الإناث عن (١١٪) ، وعدم الاستماع للإذاعات الأجنبية يصل بين الذكور إلى (٦١٪) ، وترتفع هذه النسبة لدى الإناث لتبلغ أقصى ارتفاعها فتصل إلى (٨٩٪) من إجمالي المبحوثات أفراد العينة الذين يستمعون للإذاعات الأجنبية .

كما تظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة دالة بين المهنة ودرجة الاستماع للإذاعات الأجنبية (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٦) ، حيث تنخفض نسبة الاستماع للإذاعات الأجنبية لدى فئات الفلاحين ، والتجار ، والعمال ، والطلبة ، وترتفع نسبيا لدى فئات الحرفيين والموظفين والمهنيين وهكذا * .

وقد اتجه البحث لتعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقرؤا بالاستماع إلى الإذاعات الأجنبية للتعرف على ماهية الإذاعات الأجنبية التي يقبل عليها المبحوثون أو يتعرضون لها . ويوضح الجدول رقم (٢٤) نتائج الحوار في هذا المجال .

جدول رقم (٢٤)
اسماء الإذاعات الأجنبية التي يتعرض لها القرويون

اسم الإذاعة	التكرار ^{٥٥}	%
إذاعة لندن	٩١	٥٤.٢
صوت أمريكا	١٤	٨.٢
مونت كارلو	٤٢	٢٥.٠
إسرائيل	١٥	٨.٩
إذاعات عربية	٦	٣.٦
إجمالي	١٦٨	١٠٠

٥٥ يزيد عدد تكرارات هذا الجدول من عدد المبحوثين الذين أقرؤا باستماعهم للإذاعات الأجنبية والبالغ عددهم (١٢١) مبحوثا لأن المبحوث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير.

وتظهر بيانات الجدول أن إذاعة "لندن" تأتي في المرتبة الأولى بين الإذاعات الأجنبية التي يتعرض لها القرويون ، فقد أشار إلى تعرضه لهذه الإذاعات (٩١)

* انظر بيانات الجدول رقم (١٦) ملحق رقم (٣) .

مبحوثا بنسبة (٥٤٢٪) ، ويلي ذلك ويفارق كبير إذاعة "مونت كارلو" (٤٢) تكرارا بنسبة (٢٥٪) ثم إذاعة "إسرائيل" (١٥) تكرارا بنسبة (٨٩٪) ، "صوت أمريكا" (١٤) تكرارا بنسبة (٨٣٪) ، وأخيرا "الإذاعات العربية" بنسبة لا تتجاوز (٢٦٪) من إجمالي تكرارات الاستماع للإذاعات الأجنبية .

وحول أسباب التعرض لهذه الإذاعات ومدى تمييزها عن الإذاعة المصرية ، أشار المبحوثون إلى دقة أخبارها وموضوعيتها ، وسرعة تغطيتها للأحداث ، وتقديم الأغاني القديمة ، واحترام عقلية المستمع إلى غيرها من التعبيرات التي تفسر أسباب كثافة التعرض لهذه الإذاعات ، وبالأذات في وقت الأزمات والأحداث المهمة ، في حين يتدنى وضعها - كما أشرنا من قبل - في بناء الاتصال في مجتمع القرية في الأحوال العادية .

٣ - الصحف

ظل دور الصحف في إطار انتشار الأمية وصعوبة المواصلات محدودا في القرية المصرية طوال فترة الخمسينيات مع تحسن طفيف ويطيئ خلال حقبة الستينيات والسبعينيات ، في إطار تزايد وجود الموظفين وأعداد المتعلمين في القرى وتحسن طرق ووسائل المواصلات ، وفك عزلة الريف بصفة عامة . وأصبح من المألوف الآن أن نشاهد أكشاك توزيع الصحف في الكثير من القرى المصرية وبالأذات القرى (الأم) ، وهي الأكشاك التي يوجد بها مختلف أنواع الجرائد والمجلات اليومية والأسبوعية . وخلال حقبة الثمانينيات ، وفي إطار الانتعاش المادي الذي عايشته بعض الأسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة ، وإعادة توطين الموظفين في قراهم ، أصبح في مقدرة العديد من الأسر الريفية الاشتراك في بعض الجرائد ، أو شراؤها مباشرة من أكشاك توزيع الصحف بالقرى أو خلال تردد القرويين

على المدن المجاورة للعمل أو قضاء المصالح .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين بقرى البحث الأربع حول الصحف بطرح السؤال الآتى : إنّه متعود تقرا الجرائد ؟ وتشير استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل إلى الانخفاض النسبى الملحوظ فى درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد بقرى البحث ، ويوضح الجدول رقم (٢٥) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٥)		
درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد		
درجة التعود	التكرار	%
نعم	١٤١	٢٧,٧
أحيانا	١٢٠	٢٣,٧
لا	٥٥	١٠,٦
لا يعرف القراءة	١٩٣	٣٨
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٩٣) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) ليس لديهم القدرة على القراءة ، وبالتالي فهم محرومون من التعرض الذاتى لهذه الوسيلة الاتصالية ، كما أن هناك (١٧٥) مبحوثا بنسبة (٣٤,٣٪) من إجمالى المبحوثين ، إما أنهم لا يتعرضون للجرائد البتة (٥٥) مبحوثا بنسبة (١٠,٦٪) ، أو أنهم يتعرضون لها أحيانا وبالصنف أو حسب الظروف (١٢٠) مبحوثا بنسبة (٢٣,٧٪) ، وهى استجابة يميل إليها المبحوثون عادة عوضا عن نفى قراءة الجرائد ، ويميل البحث إلى تصنيفها تصنيفا سلبيا على ضوء ارتفاع أسعار الصحف ، ومشغولية الأفراد ، والاعتماد على وسائل اتصالية أخرى . فى حين لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أقروا بتعرض منتظم ويومى للجرائد عن

(١٤١) مبحوثا بنسبة (٢٧,٧٪) فقط من إجمالي أفراد العينة .

ومع ذلك ، تختلف درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد باختلاف الموقع الجغرافي ، والخصائص النوعية والمهنية ، حيث تزيد نسبة التعرض للصحف بقرى وجه بحرى ربما بسبب تحسن مؤشرات التعليم بها بالمقارنة بقرى وجه قبلى . وبالقري (الأم) بالمقارنة بالقري (التابعة) ربما لنفس السبب وسهولة المواصلات وارتفاع درجة التحضر وتعدد الأنشطة المهنية بالقري (الأم) (كا^٢ معنوية عند مستوى ٠,٠٠٠٢) . فى هذا المجال* . كما تزيد درجة التعود على قراءة الجرائد بين الذكور بالمقارنة بالإناث ، حيث تصل نسبة التعود بين الذكور إلى (٣٣٪) فى حين أنها لم تتجاوز (١٧٪) بين الإناث ، كذلك فإن أفراد المهن المختلفة ، يختلفون فيما بينهم فى درجة تعودهم على قراءة الجرائد ، حيث ترتفع نسبيا درجة التعود بين فئات : المهنيين ، والطلبة ، والموظفين ، وتصل هذه النسبة إلى (٥٤٪) و (٥٢٪) و (٥١٪) ، وتخفض نسبيا درجة التعود على قراءة الجرائد بين فئات الحرفيين ، والفلاحين ، والعمال ، والتجار ، حيث لا تتجاوز هذه النسبة (١٠٪) ، (١٩٪) ، (٣٦٪) على الترتيب لكل منهم .

وقد أجاب الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقرؤا بأنهم لا يقرءون الجرائد والبالغ عددهم (٥٥) مبحوثا ، بأنهم لم يقرءوا الجرائد على الإطلاق رغم توفر مهارة القراءة لديهم (٣٥) مبحوثا بنسبة (٦٣,٧٪) فى حين أشار (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣٦,٣٪) من إجمالي هؤلاء الأفراد بأنهم كانوا يقرءونها ثم توقفوا عن القراءة فى الوقت الراهن .

• انظر بيانات الجدول رقم (١٧) ملحق رقم (٣) .

وقد جاء هذا التوقف لأسباب عديدة ، يأتي على رأسها عدم وجود وقت ، وعدم القدرة على شراء الجرائد ، وعدم وصول الجرائد بانتظام أو القدرة على الحصول عليها ، والاكتفاء بالتعرض للراديو والتلفزيون .

ومع الانخفاض النسبي العام في درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد ، فإن المبحوثين الذين أقرؤا بقراءتهم للجرائد ، يتعاملون مع الصحف بعامة باعتبارها مصدرا أساسيا لمعرفة الأحداث والأخبار الجارية في المجتمع ، والتي ينبغي أن يلم بها الفرد حتى ولو لم تكن صادقة أو دقيقة . ويظهر ذلك بوضوح من نتائج استجاباتهم للسؤال الآتي : لو قعدت فترة زى أسبوعين أو أكثر متفراش جرابك . ياترى يكون إيه إحساسك ؟

جدول رقم (٢٦)

الشعور الناتج عن افتقاد المبحوث لقراءة الجريدة

نسوع الشعور	التكرار *	%
أحس أن شيئاً ينقصنى	٨٧	٢٩,٦٠
أشعر بفتنى لا أصرف شيئاً	١١١	٣٧,٧٥
أشعر بعدم القدرة على مناقشة الآخرين	٤	١,٣٦
ولا حاجة لـ	٦٤	٢١,٧٧
أشعر بـ	٢٨	٩,٥٢
إجمالى	٢٩٤	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له لخيار أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجدول رقم (٢٦) إلى أن هناك (١١١) مبحوثا بنسبة (٣٧,٧٥٪) من إجمالى أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد تشعر فى حالة عدم قراءة الجريدة لمدة أسبوعين أو أكثر بالعزلة وعدم الدراية بالأحداث أو مجريات الأمور فى المجتمع ، وأشار (٨٧) مبحوثا بنسبة (٢٩,٦٠٪) أنهم يشعرون فى

هذه الحالة - أى حالة عدم قراءة الجرائد لمدة طويلة - بنقص أو افتقاد المعرفة ، فالجرائد بالنسبة لهم هى مصدر الحصول على الأخبار والإلمام بمجريات الأمور ، أما الراديو والتلفزيون فهما بمثابة أدوات للترفيه والتسلية أكثر منها أدوات للتزود بالمعارف والمعلومات عن الأحداث والوقائع الجارية .

ومع ذلك ، فإن هناك عدداً غير قليل (٦٤) مبحوثاً بنسبة (٧٧ر٢١٪) من إجمالي أفراد العينة الذين يقرءون الجرائد ترى فى افتقاد الجرائد مدة طويلة مسألة عادية (ولا حاجة عادى) لا تترك أثراً أو شعوراً لديهم ، ويعود ذلك - على ما يبدو - إلى انفصال مضمون هذه الجرائد - فى تصور هؤلاء الأفراد - عن موم ومشكلات حياتهم اليومية ، وعدم جدية الأخبار ورتابتها على صفحات هذه الجرائد . فالاطلاع على الجرائد يستهدف فى المقام الأول المعرفة والإحاطة بمجريات الأحداث ، ومادامت هذه المعرفة لاتقدم جديداً أو مهما ، فإن افتقادها لايغنى شيئاً : 'هيجرى إيه يعنى لما الواحد ميقرأش جرائد . الدنيا حتتهد؟' على حد تعبير بعض المبحوثين .

وتشير البيانات ، أن الجانب الأكبر من أفراد العينة ممن يقرءون الجرائد (١٧٣) مبحوثاً بنسبة (٦٣ر٦٪) لهم جريدتهم المفضلة الذين يطلبونها ويحرصون على قراتها . فى حين أوضح (٨٨) مبحوثاً بنسبة (٣٣ر٧٪) أنهم ليس لديهم جريدة مفضلة ، وأنهم يقرءون أى جريدة متاحة .

وتظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة بين النوع وميل المبحوث لقراءة جريدة معينة أو أى جريدة (كأ دالة عند مستوى ٠٠٤) ، حيث يتزايد الإقبال على قراءة جريدة معينة بين الذكور بالمقارنة بالإناث ، فتصل نسبة قراءة جريدة معينة بين الذكور إلى (٦٩ر٠٧٪) فى مقابل (٥٧ر٠٧٪) بين الإناث . وفى المقابل ترتفع نسبة قراءة الإناث لأى جريدة لتصل إلى (٤٢ر٤٣٪) ، فى مقابل (٣٠ر٩٣٪)

فقط بين الذكور، الأمر الذي يشير إلى درجة ارتباط أكبر للذكور بالجراند بالمقارنة بالإناث .

وتتجه الغالبية من أفراد العينة إلى الحصول على الجرائد عن طريق الشراء . فقد ذكر (٢١٤) مبحوثا بنسبة (٨٢,٤٪) أنهم يشترون الجرائد ، في حين أوضح (٣٥) مبحوثا بنسبة (١٢,٥) فقط من إجمالي أفراد العينة ممن يقرعون الجرائد ، أنهم يقرعونها من خلال استعارتها من الآخرين . واختلت تماما نسبة الحصول على الجرائد عن طريق الاشتراك بين أفراد العينة . وتظهر البيانات وجود علاقة بين المهنة وطريقة الحصول على الجريدة . ويوضح الجدول رقم (٢٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٧)

العلاقة بين المهنة وطريقة الحصول على الجريدة

المهنة	ملاح	حرفي	تاجر	موظف	مهني	عامل	طالب	إجمالي	
الحصول على الجريدة كـ	كـ	كـ	كـ	كـ	كـ	كـ	كـ	كـ	كـ
بأشترئها	٩٠	٨٢	٧	٥٨	٨	٨٠	٣٧	٨٨	١٥
بإستلفها	١٥	١٤	٣	٢٥	٢	٢٠	١٢	٨	٢٢
عامل اشتراك	-	-	-	-	-	-	-	-	-
أخرى	٥	٤	٢	١٧	-	-	-	-	-
إجمالي	١١	١٢	١٠٠	١٠٠	٤٢	١٠٠	١٧	١٠٠	٣٧

وتنصص بيانات الجدول ، عن تزايد الاتجاه لشراء الجريدة بين فئات الطلبة ، والمهنيين أو الموظفين والفلاحين والتجار ، حيث تصل نسبة الاتجاه لشراء الجريدة بينهم إلى (٩٤٪) و (٨٨٪) و (٨٨٪) و (٨٢٪) و (٨٠٪) على الترتيب لكل منهم ، في حين تنخفض هذه النسبة بين فئات الحرفيين والعمال لتصل إلى

(٥٨٪) و (٧٣٪) على الترتيب ، وحيث يعمل أفراد هذه الفئات لاستعارة الجرائد من الآخرين .

وقد اتجه البحث لقياس درجة تعرض المبحوثين لجرائد المعارضة ، وطرحنا عليهم بداية السؤال الآتى : ياترى يقرأ جرائد من اللى يتطلعها الأحزاب ؟ وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا عن التساؤل ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين لايتعرض لهذه الجرائد . ويوضح الجدول رقم (٢٨) هذه الحقيقة :

جدول رقم (٢٨)
درجة تعرض القرويين للجرائد الحزبية

درجة التعرض	التكرار	٪
يتعرض لها	٩٢	٣٥,٤
لا يتعرض لها	١٦٨	٦٤,٦
إجمالى	٢٦٠	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٢٨) أن هناك (١٦٨) مبحثاً بنسبة (٦٤,٦٪) من إجمالى المبحوثين الذين يقرعون الجرائد والبالغ عددهم (٢٦٠) مبحثاً ، لايتعرضون على الإطلاق للجرائد الحزبية أو المعارضة . وإن كان بعض مضمون هذه الجرائد يصل إليهم بصورة أو أخرى عبر الاتصالات الشخصية فى بعض الأحيان ، فى حين أشار (٩٢) مبحثاً بنسبة (٣٥,٤٪) فقط من إجمالى هؤلاء الأفراد إلى أنهم يتعرضون لها .

وقد تلاحظ وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع ، ودرجة التعرض للجرائد الحزبية . ويوضح الجدول رقم (٢٩) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٩)
العلاقة بين النوع ودرجة التعرض للجرائد الحزبية

النوع	ذكور		إناث		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يتعرض	٧٧	٣٩,٩٠	١٥	٢٢,٣٩	٩٢	٢٥,٤
لا يتعرض	١١٦	٦٠,١٠	٥٢	٧٧,٦١	١٦٨	٦٤,٦
إجمالي	١٩٣	١٠٠	٦٧	١٠٠	٢٦٠	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول ، الارتفاع النسبي الملحوظ في درجة تعرض الذكور للجرائد الحزبية بالمقارنة بالإناث ، ربما بسبب عزوف المرأة الريفية عن المشاركة في الحياة السياسية ، وارتفاع نسبة الأمية بين القرويات ، فقد وصلت نسبة تعرض الذكور للجرائد الحزبية إلى (٣٩,٩٪) في مقابل (٢٢,٣٩٪) لدى الإناث كما ترتفع نسبة عدم تعرض الإناث للجرائد الحزبية لتصل إلى (٧٧,٦١٪) ، في مقابل (٦٠,١٠٪) لدى الذكور وهكذا .

وأيا كانت درجة التعرض للجرائد الحزبية ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع الباحثين للتعرف على أسباب تعرضهم أو عدم تعرضهم لهذه الجرائد . ويوضح الجدول رقم (٢٩) نتائج الحوار مع الباحثين الذين أقرؤا بتعرضهم للجرائد الحزبية والبالغ عددهم (٩٢) مبحوثاً حول أسباب هذا التعرض .

جدول رقم (٣٠)

أسباب قراءة المبحوثين للجرائد الحزبية

أسباب القراءة	التكرار %
بتقبل رأي المعارضة	٣٢ ٢٧,٣
بتفويض الفساد	٥ ٤,٣
أخباراً صحيحة	٢٤ ٢٠,٥
بتجيب حاجات أنا وأهلي عنها	٧ ٦,٠
بتعبير عن مشاكل الناس	٥ ٤,٣
بتجيب حاجات مش في الجرائد الثانية	٢١ ١٨,٠
أخسري	١٣ ١٩,٦
إجمالي	١١٧ ١٠٠

٥. يزيد عدد مقربات هذا الجدول عن عدد العينة الأصلية (٩٢) مبحوثاً :
لأن المبحث الواحد كان متاح له اختيار أكثر من سبب .

وتشير بيانات الجدول رقم (٣٠) إلى أن العامل الرئيسي وراء إقبال المبحوثين على قراءة الجرائد الحزبية يكمن في تعبيرها عن وجهة النظر الأخرى المعبرة عن رأي المعارضة إزاء سياسات الحكومة . فقد أشار إلى هذا العامل (٣٢) مبحوثاً بنسبة (٢٧,٣٪) من إجمالي الأفراد الذين يقرعون الجرائد الحزبية، ويلى ذلك الاعتقاد في صحة أخبارها (٢٤) مبحوثاً بنسبة (٢٠,٥٪) ، وفي مرتبة ثالثة ، يأتي اختلاف مضمون هذه الجرائد عن الجرائد الأخرى وبالذات القومية ، حيث كثيراً ما تركز على السلبيات وتكشف الفساد وخطا ما يطبق من سياسات أو يتخذ من إجراءات ، وذلك على خلاف الجرائد القومية التي يغلب عليها طابع تأييد سياسات الحكومة . وقد أشار إلى هذا العامل (٢١) مبحوثاً بنسبة (١٨٪) ، ثم الرضا عن مضمون هذه الجرائد بنسبة (٦٪) وجهادها في فضح الفساد ،

والتعبير عن مشاكل الناس بنسبة (٤٣٪) . ومالت نسبة غير قليلة (١٩.٣٪) لترديد استجابات أخرى من قبيل "يحب أطلع على وجهتي النظر ، لما يكون فيه حدث مهم يأشترتها ، بلقيها قدامى ومافيش جرائد ثانية" إلى غيرها من الاستجابات التي تفصح عن دوافع متباينة وراء تعرض هؤلاء المبحوثين للجرائد الحزبية .

وفى المقابل ، قدم المبحوثون - الذين نفوا تعرضهم للجرائد الحزبية والبالغ عددهم (١٩٨) مبحوثا - العديد من الأسباب الكامنة وراء عدم تعرضهم لهذه الجرائد . فالغالبية منهم (٣٦) مبحوثا بنسبة (١٩.١٪) لاتمكن من شرائها أو الحصول عليها رغم توافر الرغبة في قراءتها ، ويلي ذلك ، عامل المشغولية وضيق الوقت (٢٩) مبحوثا بنسبة (١٤.٤٪) ، ثم بسبب ميلها العام للمبالغة وعدم الدقة (٢٥) مبحوثا بنسبة (١٢.٣٪) ، وعدم تقييمها جديدا ، وأخبارها غير مهمة بنسبة (٨.٥٪) و (٧٪) لكل منهما ، كما لا يوجد مايميزها عن الجرائد الأخرى بنسبة (٥.٩٪) ، وأخيرا فهي غالية بنسبة (٥.٣٪) من إجمالي مبررات عدم قراءة الجرائد الحزبية .

وقد مال عدد غير قليل (٤٨) مبحوثا بنسبة (٢٥.٥٪) من إجمالي هؤلاء الأفراد إلى ترديد استجابات أخرى من المفيد أن نعرض لها حرفيا وكما وردت على لسانهم : "مابيحاش ، ماليش هواية للسياسة، أجيب فلوس منين أشتريها، مش عاوز أدخل نفسي في مشاكل أنا في غنى عنها ، ماليش فيها ، جوزى مش دايمًا يبيجها ، مش متعود عليها ، لأنها متضاربة مع الجرائد الأخرى ، بأحب الأخبار ، والأفلام ، بأحس بانها سياسة مش أفهم فيها" ، إلى غيرها من التعبيرات التي تشير إلى سيادة تصور يربط بين قراءة الجرائد الحزبية والعمل السياسي الذي يعنى جر مشاكل على الفرد في تصور هؤلاء الافراد .

وقد كان من المفيد التعرف على طبيعة الموضوعات التي يقبل عليها المبحوثون في الجرائد التي يتعرضون لها ، وطرحنا عليهم السؤال المفتوح الآتي :

ياتى إيه للموضوعات اللى بتحب تقرأها وتتابعها دائما فى الجرنال اللى بتقراه ؟ .

وتكشف نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، عن انحسار دائرة الاهتمام بالموضوعات المثارة بصفة عامة ، فهي لا تتجاوز ثلاثة إلى أربعة موضوعات لدى القارئ الواحد على أكثر تقدير ، بل وكثيرا ما كان المبحوث يمكنه فترة طويلة نسبيا لتذكر أى الموضوعات التي يقبل عليها عند قراءة الجريدة . وبصورة عامة تظهر الاستجابات الميل العام للاستخدام الترفيهي وليس التثقيفي للجرائد بقرى البحث الأربع ، حيث تحتل قراءة الحوادث المرتبة الأولى في تفضيلات قراءة المبحوثين لموضوعات الجريدة (١٢٢) تكرارا ، ثم الأخبار (١٠٨) تكرارا ، وبرامج الإذاعة والتلفزيون (٥١) تكرارا ، فموضوعات الرياضة (٤٨) تكرارا ، ثم صفحة الاجتماعيات (٢٩) تكرارا ، والعناوين الرئيسية للموضوعات دون الدخول في التفاصيل (٢٨) تكرارا ، والموضوعات الدينية (١٧) تكرارا ، والموضوعات الثقافية ، وفكرة "لمصطفى أمين" ، والوقفيات ، بمعدل (١٠) تكرارات لكل منها ، ومواقف لأنيس منصور ، والحظ والنجوم (٧) تكرارات لكل منهما ، وأريد عريسا ، ونص كلمة (أربعة) تكرارات . وهي كلها بيانات تشير إلى التراجع الملحوظ في نظرة القرويين للجرائد باعتبارها وسيلة للتثقيف ، وسيادة النظرة لها باعتبارها وسيلة لتمضية وقت الفراغ ، واختفاء القراءة المتعمقة لكل ما ينشر في الجريدة ، بحيث أن الأعمدة الصحفية ، والافتتاحيات الصحفية ، ومقالات الكتاب ، والتحليلات السياسية والاقتصادية ، والتحقيقات والأحداث الصحفية المختلفة لا تحظى بقراءة متعمقة من جانب غالبية القرويين ، وعادة ما يكتفون بالمرور السريع على عناوينها دون تجاوب يذكر معها ، أو استفادة حقيقية منها .

وقد اتجه البحث للتعرف على مركز المجلات الصحفية بقرى البحث الأربع ،
وطرحنا على الباحثين السؤال الآتى : ياترى إنت بتقرأ مجلات ؟ وقد مال الجانب
الأكبر من الباحثين فى استجاباتهم على هذا التساؤل إلى النفى ، ويوضح
الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣١)
أولاً القرويين للمجلات الصحفية

القراءة التكرار %	
نعم	٩٩ ٢٨
لا	١٦١ ٦٢
إجمالى	٢٦٠ ١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٣١) إلى أن هناك (١٦١) مبحوثاً بنسبة (٦٢٪) من إجمالى الباحثين الذين أقرؤا بتعرضهم للصحف ، لا يقرءون المجلات الصحفية على الإطلاق ، ولو على سبيل الصدفة أو أحياناً ، فى حين لم يتجاوز عدد من أقرؤوا للمجلات ، سواء بانتظام ، أو بالمصادفة عن (٩٩) مبحوثاً بنسبة (٢٨٪) فقط من إجمالى هؤلاء الباحثين . ولتشير البيانات إلى وجود علاقة بين الموقع الجغرافى ومعدلات التعرض للمجلات الصحفية ، وإن كان ثمة علاقة دالة قوية بين الخصائص النوعية والمهنية ودرجة التعرض للمجلات الصحفية ، حيث ترتفع نسبياً معدلات تعرض الإناث للمجلات الصحفية بالمقارنة بالذكر ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٣٢)
العلاقة بين النوع وقراءة المجلات الصحفية

النوع	ذكور		إناث		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٥٨	٢٠	٤١	٦٣	٩٩	٢٨,٧
لا	١٢٥	٧٠	٢٦	٣٧	١٦١	٦١,٣
إجمالي	١٩٢	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٦٠	١٠٠

وتلصق بيانات الجدول عن أن نسبة تعرض الإناث للمجلات الصحفية تصل إلى (٦٣٪) ، فى حين أن هذه النسبة لا تتجاوز بين الذكور (٢٠٪) . كما تنخفض نسبة عدم التعرض للمجلات الصحفية بين الإناث لتصل إلى (٣٧٪) ، وترتفع هذه النسبة إلى (٧٠٪) بين الذكور ، الأمر الذى يشير إلى شدة إقبال القرويات المتعلقات على قراءة المجلات بالمقارنة بالرجال .

كما تظهر البيانات ، وجود علاقة دالة بين المهنة ، وقراءة المجلات الصحفية (كاً دالة عند مستوى ٠,٠٠١) حيث ترتفع نسبة قراءة المجلات الصحفية بين فئات الطلبة والتجار والمهنيين لتصل إلى (٦٢,٥٪) و (٥٠٪) و (٤١,٨٪) على الترتيب لكل منهم ، وتنخفض هذه النسبة بين فئات الحرفيين ، والعمال ، والموظفين ، والفلاحين لتصل إلى (١٨,٩٢٪) و (١٨,١٨٪) و (٣٣,٣٣٪) و (٣٩,٦٤٪) على الترتيب لكل منهم * .

وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقرؤا بقراحتهم للمجلات والبالغ عددهم (٩٩) مبحوثاً حول أسماء المجلات المفضلة لديهم ، عن قدرة

* انظر بيانات الجدول رقم (١٨) ملحق رقم (٣) .

محدودة لدى غالبيتهم على ترديد أسماء ثلاث مجلات أو أربع على أكثر تقدير . وكان الأمر يستغرق بعض الوقت لدى العديد منهم لتذكر أسماء هذه المجلات ، وعلى سبيل الحصر الشامل وبالترتيب وردت أسماء مجلات : أخبار الرياضة (٢٤) تكرارا ، وأخبار الحوادث (٢٠) تكرارا ، وآخر ساعة (١٢) تكرارا ، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١١) تكرارا ، ومجلة أكتوبر (١٠) تكرارات ، وأخبار النجوم (٩) تكرارات ، وحواء (٨) تكرارات ، ثم صباح الخير ، والنور ، والتصوف الإسلامي (٤) تكرارات لكل منهم ، وهريتي (٣) تكرارات ، ونصف الدنيا والكواكب ، والشباب بمعدل (تكرارين) فقط لكل منها .

كما كشف تعميق الحوار مع الباحثين الذين نلوا قراحتهم للمجلات الصحفية والبالغ عددهم (١٦١) مبحثاً عن العديد من الأسباب الكامنة وراء عزوفهم عن قراءة هذه المجلات ، ويوضح الجدول رقم (٣٣) طبيعة هذه الأسباب .

جدول رقم (٣٣)

أسباب عزوف القرويين عن قراءة المجلات الصحفية

السبب	التكرار *	%
ثقلها غالباً	٥٠	٣١,٢٠
لا يجد وقتاً	٦٣	٣٩,٠
غير مهمة	٣١	١٩,٢
مفיש فرق بينها وبين الجرائد	١٤	٨,٣
أخرى	٣٣	١٧,٣
إجمالي	١٩١	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد المبحرين ، لأن المبحث الواحد كان متاح له ترديد أكثر من سبب .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٢٣) أن المشغولية وعدم وجود وقت تآتى على رأس العوامل الكامنة وراء عزوف القرويين عن قراءة المجلات الصحفية . فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٦٣) مبحوثا بنسبة (٣٣٪) ، ولى ذلك ارتفاع ثمن هذه المجلات بطريقة كبيرة فى الآونة الأخيرة ، بحيث يعجز الأفراد عن شرائها (٥٠) مبحوثا بنسبة (٢٦٢٪) ، ثم أنها غير مهمة ولا تقدم جيذا بخلاف مايرد فى الجرائد بنسبة (٢١٥٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقرؤا بقراحتهم للمجلات .

وبالمثل ، اتجه البحث للتعرف على مركز الصحف الإقليمية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع ، وقد بدأ الحوار مع المبحوثين فى هذا المجال بطرح السؤال الآتى : طيب ياترى ليه جرنال بيطلع فى المحافظة الى انتوا تابين لها ؟ وعلى عكس الأمر مع الإذاعات المحلية ، فقد مال الجانب الأكبر من المبحوثين (١٥٤) مبحوثا بنسبة (٥٩٢٪) للإجابة بالإيجاب على هذا التساؤل ، حيث أكنوا وجود جريدة محلية تصدر بمحافظتهم . فى حين لم يتجاوز عدد من نفى وجود هذه الجريدة ، وهى نسبة غير قليلة أيضا ، عن (١٠٦) مبحوثا بنسبة (٤٠٨٪) من إجمالى الأفراد الذين يتعرضون للصحف والبالغ عددهم (٢٦٠) مبحوثا . وتشير البيانات إلى علاقة دالة بين المهنة والإقرار بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة (كما^٢ عند مستوى ٠.٠٠٥) ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين المهنة والإقرار بوجود جريمة محلية للمحافظة

المهنة	الإقرار	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالى
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
نعم	٥٨	٥٨	٦٦,٦٧	٧	٧٠	٢٥	٨٢,٣٢	١٤	٧٣,٦٨	٢٤	٧٧,٧٧	٨	٨١,٢٥	١٥٤	٩١,٢	
لا	٢٣	٥٣	٤٧,٧٧	٤	٣٣,٣٣	٢	١٦,٦٧	٥	٢٦,٦٧	١١	٢٦,٦٧	٢٢	٢٤,١٩	١٠٦	٤٠,٨	
المجموع	١١١	١٠٠	١٠٠	١٢	١٠٠	١٠	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٩	١٠٠	٣٥	١٠٠	٢٦٠	١٠٠	

وتظهر بيانات الجدول رقم (٢٤) ارتفاع نسبة الإقرار بوجود جريمة محلية بالمحافظة بين فئات الموظفين والمهنيين ، حيث تصل هذه النسبة إلى (٧٣,٣٢٪) و (٧٣,٦٨٪) على الترتيب ، وتنخفض بين فئات الطلبة لتصل إلى (٢٥,٨١٪) والفلاحين (٥٣,٢٥٪) والحرفيين (٦٦,٦٧٪) والعمال إلى (٦٨,٥٧٪) .

كما تظهر البيانات أن الذكور أكثر معرفة من الإناث بوجود جريمة محلية تصدر بالمحافظة ، حيث تصل نسبة المعرفة بين الذكور إلى (٦٥٪) ، فى مقابل (٣٧٪) فقط لدى الإناث ، فى الوقت الذى ترتفع فيه عدم معرفة الإناث بوجود جريمة محلية إلى (٦٣٪) تنخفض هذه النسبة بين الذكور لتصل إلى (٣٥٪) فقط من إجمالى عدد الذكور أفراد العينة ممن يقرعون الصحف . وهو مايشير إلى تميز الذكور فى التعرض لهذه الجرائد بالمقارنة بالإناث القرويات .

ويصرف النظر عن درجة المعرفة بوجود جريمة محلية تصدر بالمحافظة ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع جماعة الباحثين الذين أقرؤا بمعرفتهم بوجود هذه الجريمة ، للتعرف على درجة تعرضهم لها أو تفاعلهم معها . وطرحنا عليهم السؤال الآتى : وانه بقرأ الجرنال ده ؟ ويفصح الجنبول رقم (٣٥) عن نتائج استجابات الباحثين اللفظية على هذا التساؤل :

جدول رقم (٢٥)

درجة قراءة القرويين للجرائد المحلية

درجة القراءة	التكرار	%
نعم	٣٢	٢٠,٨
أحيانا	٢٩	٢٥,٢
لا	٨٢	٥٣,٩
إجمالي	١٥٤	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٢٥) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقرؤا بمعرفتهم بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة (٨٢) مبحوثاً بنسبة (٥٣,٩٪) لا يتعرض لهذه الجريدة ، ولا يقرأ مضمونها على الإطلاق ، وأوضح (٣٩) مبحوثاً بنسبة (٢٥,٣٪) أنه أحيانا ما يقرأ هذه الجريدة ، وأن الأمر يتوقف لديهم على الظروف ، ومدى توفر الجريدة ، أو إتاحة الفرصة للحصول عليها ، وهو نادراً ما يحدث . ولم تتجاوز نسبة الذين أقرؤا يتعرضهم المنتظم لهذه الجريدة عن (٣٢) مبحوثاً بنسبة (٢٠,٨٪) من إجمالي أفراد العينة ممن لديهم معرفة بوجود جريدة محلية ، الأمر الذي يشير إلى تكني مركز هذه النوعية من الجرائد في بناء الاتصال في مجتمع القرية . هذا ولم تظهر التحليلات الإحصائية وجود أية علاقة يعتد بها بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية وبين قراءة الجرائد المحلية .

وحول أسباب العزوف عن قراءة الجرائد المحلية ، قدم المبحوثون العديد من المبررات ، ويوضح الجدول التالي طبيعة هذه الأسباب :

جدول رقم (٣٦)

أسباب عزوف القرويين عن قراءة الجرائد المحلية

السبب	التكرار °	%
لاتصل إليها	٤٤	٤٧٫٣١
أفضل الجرائد الأخرى	٣٦	٣٧٫٩٦
لا يجد وقت	١٥	١٦٫١٣
جرائد دون المستوى	٦	٦٫٤٥
أنا أعرف بنفسي كل مايجري في المحافظة	٢	٢٫١٥
إجمالي	٩٣	١٠٠

° يزيد عدد ملاحظات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ، لأن المبحوث الواحد كان يتاح له ذكر أكثر من سبب .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٣٦) فإن الجانب الأكبر من أسباب عدم قراءة القرويين للجرائد المحلية التي تصدر بالمحافظة ، يعود في المقام الأول إلى ضعف عمليات توزيع هذه الجرائد ، وعدم قدرتها على الوصول إلى القرى . فقد ورد هذا العامل في استجابات (٤٤) مبحوثاً بنسبة (٤٧٫٣١٪) ، يلي ذلك تفضيل القراء الاطلاع على الجرائد الأخرى ، ربما بسبب عموميتها ، وعدم تميز الجريدة المحلية أو تقديمها الجديد أو المهم . وفي المرتبة التالية ، تأتي المشغولية وضيق الوقت (١٥) مبحوثاً بنسبة (١٦٫١٣٪) ، وضعف مستوى هذه الجرائد تحريراً وإخراجاً بنسبة (٦٫٤٥٪) ، وأخيراً قدرة المبحوث على المعرفة الذاتية بمجريات الأحداث بالمحافظة ، وبالتالي لا حاجة له بأن تتنقل له هذه الأحداث بنسبة (٢٫١٥٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين لديهم معرفة بوجود جريدة محلية تصدر بالمحافظة .

وأيا كان الأمر ، ويصرف النظر عن المعرفة بوجود الجريدة المحلية أو مدى قراءتها ، فقد كان من المفيد تعميق الحوار مع المبحوثين أفراد العينة الذين أقرروا

بقراءتهم بانتظام أو أحيانا للجريدة المحلية التي تصدر بالمحافظة والبالغ عددهم (٧١) مبحثاً ، بغية التعرف على تفاعلاتهم مع هذه الجريدة ، ورأيهم فيها وفيما تحمله من مضامين ، وتصوراتهم لكيفية تطوير أداء هذه الجريدة لدعم بناء الاتصال في مجتمع القرية .

وتظهر نتائج الحوار في هذا الجانب أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٩٪) بداية لم يسبق لها أن فكرت في أن تبعث للجريدة المحلية بجواب أو شكوى أو تعبر عن رأيها في موضوع طرحته ، مما يشير - كما هو الحال مع الجرائد المركزية - إلى محدودية درجة التفاعل مع هذه الجريدة من جانب جمهور القرويين . في حين لم تتجاوز نسبة من أقر بقيامه بمثل هذه الأمور عن (١١٪) من إجمالي المبحوثين ممن يقرؤون الجريدة المحلية والبالغ عددهم (٧١) مبحثاً . كذلك فقد أظهرت استجابات المبحوثين اللفظية رداً على تساؤلنا : وإيه رايت في الجرائد ؟ عن تناقض واضح في رؤى ومواقف المبحوثين تجاه الجريدة المحلية التي تصدر بالمحافظة . ففي حين مال البعض ، وبالأذات في قرى محافظة المنيا ، إلى إظهار مواقف إيجابية تجاه الجريدة المحلية وردت استجابة : "كويسة" ، اتجه البعض الآخر ، وبالأذات في قرى محافظة المنوفية ، إلى إظهار مواقف سلبية وترديد عبارة "مش كويسة" . واتجهت نسبة غير قليلة (٢٨٪) بقرى محافظة المنيا ، و (٢٪) بقرى محافظة المنوفية إلى السلبية في الحوار في هذا الجانب ، ومالت لترديد عبارة "مش عارف" ، وهي كلها بيانات تسير في اتجاه دعم حقيقة تدنى مركز الجرائد المحلية في قرى البحث الأربع على النحو الذي أشرنا إليه من قبل .

وقد قدم المبحوثون مجموعة من التصورات لتطوير أداء الجرائد المحلية ، رداً على تساؤلنا : وعرض يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟ ، ويكشف الجدول

التالى عن طبيعة هذه التصورات .

جدول رقم (٢٧)
تصورات القرويين لتطوير أداء الجريدة المحلية

التكرار *	%	التصور
٣٦	١٧,٦٩	الأمانة والصدق
٤١	٢٧,٨٩	النزول للقرية والاهتمام بمشاكل الناس
٤١	٢٧,٨٩	بالانتشار أكثر من كده
١٠	٦,٨٠	هو كويس كده
٢٩	١٩,٧٣	مش عارف
١٤٧	١٠٠	إجمالي

* يزيد عدد مفرعات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ممن يقرؤون الجريدة المحلية ، لأن المبحوث كان يقدم أكثر من تصور أحيانا .

فبداية ، ينبغي لمحررى هذه الجريدة النزول للقرية والاهتمام بمشاكل الناس فيها ، والسعى لترويج الجريدة فى مجتمع القرية والاهتمام بعمليات البيع والتوزيع ، فقد وردت هذه الاستجابات لدى (٨٢) مبحوثا بنسبة (٥٥,٧٨٪) ، ولى ذلك ضرورة الالتزام بالأمانة والصدق فى تغطية الأحداث ومعالجة الموضوعات (٢٦) مبحوثا بنسبة (١٧,٦٩٪) ، وأشارت بقية الاستجابات إلى عدم قدرة المبحوث على إبداء تصور معين وتفضيل ترديد الاستجابة "مش عارف" ، أو "هو كويس كده" ، مما يعكس محدودية ارتباطهم بالجريدة المحلية .

وقد أجابت الغالبية العظمى من الأفراد (٢١٢) مبحوثا بنسبة (٨٣,٧٪) بالإيجاب ردا على تساؤلنا : تعتقد أنه مهم أن محافظتكم تطلع جرنال خاص بها ؟ ويرى ذلك بالحاجة إلى معرفة أخبار المحافظة ، والاهتمام بمشاكل الناس وتوصيلها للمسؤولين . فى حين لم يتجاوز عدد من نفى أهمية وجود جريدة محلية عن (٣١)

مبحثاً بنسبة (١٢,٣٪) وعلوا ذلك بوجود التلفزيون ، أو الصحف الأخرى :
"التلفزيون يجيب كل حاجة يابيه ، كفاية الصحف الثانية ، ماهو فيه جرنال
موجود بيعمل إيه يعنى" إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تشير إلى عدم
اقتناع أصحابها بأهمية وجود جريدة محلية قياساً بالطبع على خبرتهم بأداء
الجرائد الموجودة حالياً. ومال (١٠) أفراد بنسبة (٤٪) إلى السلبية وتفضيل
ترديد الاستجابة "مش عارف" .

٤ - شرائط التسجيل

بدأ ظهور أجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منذ النصف الثانى
من حقبة السبعينيات ، مع تنامي نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتة للقرويين للعمل
بالدول العربية المجاورة وبالذات ليبيا ، والعراق ، والأردن وغيرها ، حيث كان
يحرص البعض ، وبالأذات فئة الفلاحين ، والحرفيين ، على شراء جهاز تسجيل
عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشار هذه الأجهزة ورواجها بعد ذلك
فى القرية المصرية بعد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتاح والرواج المادى
بالقرية ، حتى أصبحت اليوم أحد معالم مكونات بناء الاتصال المهمة فى القرية
المصرية .

وقد اتجه البحث للتعرف على درجة تعود المبحوثين على سماع شرائط
التسجيل ، وطرحننا عليهم السؤال الآتى : طيب انت متعود تسمع شرائط التسجيل ؟
وتشير نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل أن الجانب الأكبر من
المبحوثين يستمعون إلى شرائط التسجيل. ويوضح الجدول رقم (٣٨) هذه
الحقيقة .

جدول رقم (٢٨)
درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل

درجة التعود	التكرار	%
دائما	٢١٩	٤٣.٠
أحيانا	١٨٧	٣٦.٧
لا أسمعها	١٠٢	٢٠.٠
أخرى	١	٢
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وباضح من بيانات الجدول رقم (٢٨) أن هناك (٢١٩) مبحوثا بنسبة (٤٣٪) يحرصون دائما ويانتظام على الاستماع إلى شرائط التسجيل ، وأشار (١٨٧) مبحوثا بنسبة (٣٦.٧٪) إلى أنهم يستمعون إلى شرائط التسجيل أحيانا ، وحسب الظروف ، ومدى توفر هذه الشرائط أو جهاز التسجيل ذاته أو وقت الفراغ للفرد . في حين لم تتجاوز نسبة من نفى عدم الاستماع إلى هذه الشرائط في الوقت الراهن عن (٢٠٪) من إجمالي أفراد العينة . ولتظهر التحليلات الإحصائية وجود أية علاقة تذكر بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية وبين درجة التعود على الاستماع إلى شرائط التسجيل .

ويظهر الحوار المتعمق مع المبحوثين الذين نفوا استماعهم لشرائط التسجيل ، والبالغ عددهم (١٠٢) مبحوث ، أن الجانب الأكبر منهم لم يسمع على الإطلاق هذه الشرائط (٦٧) مبحوثا بنسبة (٦٥.٣٪) . في حين ذكر (٣٥) مبحوثا بنسبة (٣٤.٧٪) أنهم كانوا يستمعون لها من قبل وتوقفوا عن ذلك في الوقت الراهن . ويعود هذا التوقف إلى عدة أسباب ، يأتي في مقدمتها عدم وجود وقت (١٣) مبحوثا بنسبة (٣٧.١٪) ولم يعد يملك جهاز تسجيل (١٠) مبحوثين بنسبة (٢٨.٦٪) ، ويفضل مشاهدة التلفزيون بنسبة (٨.٦٪) ، وقدم (تسعة) من

المبحوثين مجموعة من التبريرات الأخرى من قبيل القول : "المسجل عطلان ، الشروط الموجودة هابطة ، غلو أسعار الشرائط ، لا يوجد شرائط دينية متوفرة" إلى غيرها من العوامل التي دفعت هؤلاء الأفراد للتوقف عن سماع شرائط التسجيل .

وبالمثل ، قدم المبحوثون الذين نفوا تعرضهم لشروط التسجيل على الإطلاق العديد من التبريرات في هذا المجال ، ويوضح الجدول رقم (٣٩) نوعية هذه التبريرات .

جدول رقم (٣٩)

اسباب عزوف المبحوثين عن الاستماع لشروط التسجيل

السبب	التكرار	%
ليس عنده وقت	٢٢	٣٢٫٨٤
ليس لديه جهاز تسجيل	٢٢	٣٢٫٨٣
غير متعود عليها	١٣	١٩٫٤٠
أخرى	٩	١٣٫٢٣
إجمالي	٦٧	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٣٩) ، فإن الجانب الأكبر من هؤلاء الأفراد (٢٢) مبحوثاً بنسبة (٣٤٫٣٤٪) لا يملك جهاز تسجيل ، مما يحول دون سماع شرائط التسجيل ، ويلي ذلك ، المشغولية وعدم وجود وقت فراغ (٢٢) مبحوثاً بنسبة (٣٢٫٨٤٪) ، وعدم التعود على سماع شرائط التسجيل ربما بسبب عدم توافر الإمكانات (١٣) مبحوثاً بنسبة (١٩٫٤٠٪) ومال (تسعة) من المبحوثين بنسبة (١٣٫٢٣٪) من إجمالي المبحوثين الذين لم يتعرضوا على الإطلاق لسماع شرائط التسجيل ، لترديد استجابات أخرى ، دارت في الأساس حول غلو شرائط التسجيل ، وعدم القدرة على شرائها أو شراء جهاز التسجيل ذاته ، أو

تفضيل التعرض للراديو أو التلفزيون .

وقد اتجه البحث للتعرف على نوعية شرائط التسجيل التى يقبل عليها الأفراد فى قرى البحث الأربع ، وطرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح التالى :
تقدر تقولى أسماء الشرائط التى يفضل دائما سماعها ؟ ويقيدها هنا أن نعرض كميا لنتائج
الحصر الشامل لاستجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٤٠)

الشرائط التى يفضل القرويون التعرض لها

نوع الشريط	التكرار	%
شرائط الأغاني	٣٢٨	٤٩,٠٩٢
شرائط القرآن الكريم	٣٣٢	٢٤,٢٧
شرائط الذكر والإنشاد الدينى	٢٨	٥,٦٦
شرائط القصص	٤٠	٥,٩١
شرائط الشيخ الشعراوى	٢٠	٢,٩٥
شرائط الشيخ كشك	٩	١,٣٢
إجمالي	٦٧٧	١٠٠%

• يزيد عدد متغيرات هذا الجدول عن عدد المبحوثين ممن يستمعون إلى شرائط التسجيل ، لأن المبحوث الواحد كان متاح له ترديد أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٠) إلى أن شرائط الأغاني للمطربين والمطربات تحظى بدرجة تفضيل عالية بين القرويين ، فقد وردت الإشارة إلى هذه الشرائط فى استجابات (٣٢٨) مبحوثا بنسبة (٤٩,٩٣٪) . وعلى ذلك تفضيل التعرض لشرائط القرآن الكريم (٣٣٢) مبحوثا بنسبة (٢٤,٢٧٪) ، ثم شرائط القصص فى المرتبة التالية وبفارق كبير (٤٠) مبحوثا فقط بنسبة (٥,٩١٪) ، وشرائط الذكر والإنشاد الدينى (٢٨) مبحوثا بنسبة (٥,٦٦) ، وشرائط الشيخ

الشعراوى (٢٠) مبحوثا بنسبة (٢٠٩٥٪) وأخيرا ، شرائط الشيخ كشك (٩) مبحوثين بنسبة (١٣٢٪) فقط من إجمالي تكرارات تقصيل المبحوثين لشرائط التسجيل .

٥- الفيديو

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عدد محدد من المقاهى التى سعت إلى زيادة عدد روادها بعد انخفاضهم بشكل ملحوظ نتيجة انتشار أجهزة التلفزيون فى البيوت ، وذلك من خلال عرض الأفلام ، وبالأذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب ، وخصوصا فئات العرفيين والطلبة . ثم أخذت هذه الأجهزة فى الانتشار خلال حقبة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتاح التى بدأت أثارها تظهر بوضوح فى القرية المصرية خلال هذه الحقبة . وأصبح حياة جهاز الفيديو مظهرا من مظاهر المكانة والتفاخر بالقرية .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين - أفراد العينة - حول الفيديو بطرح السؤال الآتى : أنت متعود تتفرج على الفيديو ؟ وقد اتجهت الغالبية العظمى من المبحوثين فى ردهم على هذا التساؤل للنفى ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٤١)

درجة تعود القرويين على مشاهدة الفيديو

اسم الإذاعة	التكرار	٪
دائما	٨	١,٦
أحيانا	٢٨	٧,٥
لا أشاهده	٤٦٣	٩٠,٩
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٤١) إلى أن هناك (٤٦٣) مبحثاً بنسبة (٩٠.٩٪) لا يشاهدون الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه يشاهده أحياناً ، وربما على سبيل التزايد أو الظهور بمظهر القادر أمام الباحث ، أو يشاهده دائماً ويانتظام عن (٧٥٪) و (١٦٪) على الترتيب لكل منهما ، الأمر الذى يشير إلى تراجع أداء الفيديو فى الوقت الراهن فى مجتمع القرية . ولاتظهر التحليلات الإحصائية أية علاقة بين التمايزات النوعية أو المهنية أو الجغرافية ، ودرجة التعود على مشاهدة الفيديو فى القرية المصرية .

وتشير البيانات ، إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٢) مبحثاً بنسبة (٨٩٪) لم يسبق لهم على الإطلاق مشاهدة الفيديو . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه كان يشاهده وتوقف فى الوقت الحاضر عن (٥١) مبحثاً بنسبة (١١٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقرؤا بعدم مشاهدتهم للفيديو ، وقد أشار هؤلاء الأفراد فى معرض تبريرهم لأسباب توقفهم هذا إلى عدم حيازة جهاز الفيديو أو القدرة على حيازته (٢٩) مبحثاً بنسبة (٥٦.٩٪) ، والمشغولية وعدم وجود وقت (١٠) مبحثين بنسبة (١٩.٦٪) ، واعتبار الفرجة على الفيديو حرام ، أو كلام فاضى ومسخرة (٦) مبحثين بنسبة (١.٧٪) . ومال عدد مماثل للنسبة الأخيرة لترديد استجابات أخرى دارت فى الأساس حول الاكتفاء بمشاهدة التلفزيون ، أو تفضيل قضاء وقت الفراغ فى المفيد والبحث عن المصلحة إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى فقدان أهمية الفيديو فى حياة هؤلاء الأفراد .

وفى المقابل ، قدم المبحوثون الذين أقرؤا عدم مشاهدتهم للفيديو على الإطلاق والبالغ عددهم (٤١٢) مبحثاً العديد من الأسباب وراء عزوفهم عن التعرض للفيديو . ويوضح الجدول التالى طبيعة هذه الأسباب :

جدول رقم (٤٢)

أسباب عزوف القرويين عن مشاهدة الفيديو

السبب	التكرار	%
لا يوجد وقت	٨	١٩
ليس لديه فيديو	٣٦٥	٨٨٦
التليفزيون يحتاج كل حاجة	٢	٠٧
كلام فاضى	٣٣	٨٦
أخرى تذكر	١٢	٣
إجمالي	٤١٢	١٠٠

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٤٢) فإن السبب الرئيسى وراء عدم مشاهدة المبحوث للفيديو يعود إلى عدم حيازته للجهاز أصلا ، فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٣٦٥) مبحوثا بنسبة (٨٨٦٪) من إجمالي المبحوثين أفراد العينة ممن لا يشاهدون الفيديو على الإطلاق . وتدنت بعد ذلك بقية الأسباب ، مثل النظر إلى الفيديو باعتباره "كلام فاضى" ، أو عدم وجود وقت ، أو التعود على مشاهدة التليفزيون" حيث لم تتجاوز نسبة هذه الاستجابات عن (٥٦٪) و (١٩٪) و (٠٧٪) فقط من إجمالي الأسباب الكامنة وراء عزوف المبحوثين عن التعرض للفيديو . وهى كلها بيانات تشير إلى ضعف قدرة العديد من القرويين على حيازة جهاز الفيديو ، رغم توافر الرغبة لمشاهدته أو حيازته .

وتشير البيانات إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين أقروا بمشاهدتهم للفيديو بصفة دائمة أو أحيانا والبالغ عددهم (٤٦) مبحوثا يشاهد الفيديو عند الأصداقاء أو الجيران ، (٢٢) مبحوثا بنسبة (٤٧٨٪) ، وفى البيت (١٣) مبحوثا بنسبة (٢٨٣٪) وتدنت إلى أقصى حد نسبة مشاهدة الفيديو فى المقهى ، حيث لم يتجاوز عدد من أقر بمشاهدته للفيديو فى المقهى عن (حالتين) فقط فى قرى محافظة وجه بحرى ، واختفت تماما نسبة مشاهدة الفيديو فى

المقهى بقرى وجه قبلى .

ويصرف النظر عن مكان التعرض ، فقد سعى البحث لتعميق الحوار مع هؤلاء المبحوثين للتعرف على المضامين الذين يفضلون التعرض لها فى الفيديو ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى : إيه الى بتحب تتفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟ وتشير نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل عن سيادة التوظيف الترفيهى للفيديو ، حيث لايتجاوز الأمر الفرجة على الأفلام والمسلسلات والأغاني والرقصات ، وقد حظيت الأفلام الهندية التى تتميز بالمتف والقوة الخارقة التى تثير إعجاب القرويين ، وبالأذات جماعة الشباب ، بالمرتبة الأولى فى تفضيلات التعرض للفيديو . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤٣)

تفضيلات تعرض القرويين للفيديو

التفضيل	التكرار	%
أفلام مصرية	١٤	٣٠.٤
أفلام هندية	١٨	٣٩.١
أفلام أجنبية	٤	٨.٧
أغاني ورقصات	١	٢.٢
مسلسلات	-	-
أخرى	٩	١٩.٦
إجمالى	٤٦	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٣) إلى أن الأفلام الهندية جاءت فى المرتبة الأولى فى تفضيلات القرويين التعرض للفيديو ، حيث وردت هذه النوعية من الأفلام فى استجابات (١٨) مبحوثاً بنسبة (٣٩.١٪) . ويلي ذلك تفضيل التعرض للأفلام المصرية ، ربما بسبب عامل اللغة ، وعدم القدرة على قراءة الترجمة ، كما

هو الحال فى الأفلام الهندية (١٤) مبحوثا بنسبة (٣٠.٤٪) ، والأفلام الأجنبية (٤) مبحوثين بنسبة (٨.٧٪) ، والأغاني والرقصات بنسبة (٢.٢٪) فقط من إجمالى المبحوثين الذين أقرؤا بمشاهدتهم للفيديو . واختفى تماما تفضيل التعرض للمسلسلات ، ربما بسبب عدم توافر شرائط أو تفضيل التعرض لها فى التلفزيون . وأبدى (٩) من المبحوثين بنسبة (١٩.٦٪) عدم القدرة على التفضيل ، وفضل تريد استجابات من قبيل "أى حاجة" ، "اللى متوفر أهو احنا بنشوفه" ، أنا بروح اتفرج وخلص" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى تلاشى قدرة هؤلاء الأفراد فى التدخل لتحديد مضمون مايريدون مشاهدته فى الفيديو ، وذلك على مايبين بسبب مشاهدتهم له لدى الغير .

وفى محاولة من جانب البحث لإعادة التثبت من دقة ماسبق الإشارة إليه حول سيادة التوظيف الترفيهى للفيديو بين القرويين ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى حصل قبل كده واتفرجت فى الفيديو على فيلم بيورك طريقة جديدة فى رى ارضك أو زراعتها أو ازاى تستعمل حاجة جديدة ؟ ومرة أخرى مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣) مبحوثا بنسبة (٩٣.٥٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقرؤا بمشاهدتهم للفيديو للنفى . فى حين لم يتجاوز عدد من استجاب بالإيجاب ، وأكد حدوث ذلك ، عن (٣) أفراد بنسبة (٦.٥٪) ، أشار فردان منهما إلى أنهما استفادا من الفيلم دون قدرة على تحديد طبيعة هذه الاستفادة . فى حين نفى الفرد الثالث هذه الاستفادة ، وهى كلها بيانات تؤكد صحة ما أشرنا إليه من قبل حول سيادة التوظيف الترفيهى للفيديو وتدنى الاستخدام التعليمى أو الإرشادى لهذه الوسيلة الإعلامية .

ثانياً: فعالية أنماط الاتصال المختلفة في القرية المصرية

حاول العرض السابق ، بحث حجم وسلوك تعرض القرويين بقرى البحث الأربع للعديد من وسائل الاتصال الجماهيرى . ولما كان التعرض بمفرده غير كاف بالمرّة للحكم على الأداء الاتصالى للوسيلة الإعلامية ، وتحديد مكانتها فى بناء الاتصال فى مجتمع البحث ، وذلك انطلاقاً من حقيقة ، أن التعرض - بافتراض حدوثه - لايعنى التأثير أو الفهم والاستيعاب ، حيث قد يقر الفرد بالتعرض للوسيلة الإعلامية دون أن يترك ذلك أية تأثيرات فعلية عليه ، لذا فقد اتجه البحث لقياس الاداء الفعلى لأجهزة الإعلام فى مجتمع القرية والتعرف على حقيقة مواقف واتجاهات القرويين نحو هذه الأجهزة .

وقد بدأ الحوار فى هذا الجانب بطرح السؤال الآتى : الواحد لوحب يشغل وقته الفاضى يشغله فى إيه أحسن ؟ وكان الهدف من طرح التساؤل هو التعرف بصورة غير مباشرة على حجم اهتمامات المبحوث بمختلف وسائل الإعلام خلال وقت فراغه . وكان اللافت للنظر ، ويؤكد تراجع المكانة الاتصالية لوسائل الاتصال الجماهيرى فى مجتمع القرية ، أن اتجه الجانب الأكبر من المبحوثين لقضاء وقت فراغهم بعيداً عن هذه الوسائل . ويوضح الجدول رقم (٤٤) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٤٤)

تصور القرويين لأحسن شئ يشغل وقت الفراغ

التكرار	%	التصوير
٢٧	٧.٢	فى الدريشة
١٣١	٢٥.٧	فى مشاهدة التلفزيون
٥١	١٠.٠	فى الاستماع للراديو
٢٨	٥.٥	فى قراءة الجرائد
-	-	فى مشاهدة الفيديو
٥	١.٠	فى الاستماع لشروط التسجيل
٢٥٧	٥٠.٥	أخرى تذكر
٥٠٩	١٠٠	إجمالى

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٤٤) فقد ردد الجانب الأكبر من المبحوثين استجابات لم تكن على الإطلاق وأردت في تصور هيئة البحث عند صياغة متغيرات هذا التساؤل ، وقد جرى تدوينها تحت فئة أخرى تذكر ، ويفيد أن نعرض لها كما وردت على لسان المبحوثين بالنظر لدالاتها : أخرج اتمشى واتفرج على الأرض ، فى الأشغال اليدوية والرسم والقراءة المفتوحة ، فى مساعدة الزوج فى الشغل ، يقعد يرتاح وينام ، أقعد على باب الشارع وأشوف الناس الى ماشيه ، أشوف أى مصلحة تتفعلى وتتفع بيتى وعيالى ، أروح العب شيش بيش فى القهوة أو دوميو ، أزور قرايى أو مريض ، أقعد اذاكر ، فى البيع ، الصلاة وشغل البيت ، أقرأ قرآن ، يعمل أعمال مفيدة . فإذا أضفنا إلى هذه الاستجابات نسبة الاستجابات التى أشارت إلى شغل وقت الفراغ فى الدربشة والتى تظهرها بيانات الجدول السابق ، فإننا نجد أن مايقرب من (٥٧ر٨٪) من المبحوثين يفضلون شغل وقت فراغهم بعيدا عن مختلف أجهزة الاتصال الجماهيرى ، وهو أمر بالغ الدلالة ، وينبئ أن يؤخذ فى الاعتبار فى أى مناقشة أو تقويم واقعى لفاعلية أجهزة الإعلام فى مجتمع القرية .

وتأتى الفرجة على التليفزيون فى المرتبة التالية ، ويفارق كبير ، فى تفضيل شغل وقت الفراغ لدى القرويين . فقد وردت الإشارة إلى هذه الوسيلة الإعلامية فى استجابات (١٣١) مبحثا بنسبة (٢٥٧٪) ، وتدنى إلى أقصى حد ، بعد ذلك تفضيل شغل وقت الفراغ فى الاستماع للراديو ، أو قراءة الجريدة ، أو الاستماع لشرائط التسجيل ، حيث لم تتجاوز نسبة هذا التفضيل عن (١٠٪) و (٥ر٥٪) و (١٪) فقط على الترتيب من إجمالى تفضيلات المبحوثين أفراد العينة لشغل وقت الفراغ ، واختفت تماما أية إشارة إلى تفضيل شغل وقت الفراغ فى مشاهدة الفيديو ، وهى كلها بيانات واضحة الدلالة ، وتسير فى اتجاه تأكيد تراجع درجة

اعتماد القرويين على أجهزة الاتصال الجماهيرية فى مجتمع القرية .
ولا تكشف البيانات التفصيلية وجود علاقة ذات دلالة بين المهنة ، وكيفية شغل وقت الفراغ ، وإن كانت المعالجات الإحصائية تشير إلى وجود علاقة دالة بين النوع وسلوك شغل وقت الفراغ (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٧) ، حيث يزيد ميل الذكور لشغل وقت الفراغ فى الدردشة والاستماع للراديو أو قراءة الجرائد . فى حين تفضل الإناث شغل هذا الوقت فى الفرجة على التلفزيون* . كذلك فقد يلاحظ وجود علاقة دالة بين الموقع الجغرافى وشغل وقت الفراغ (كأ^٢ معنوية عند مستوى ٠.٠٢٣) ، حيث يتزايد نسبيا تفضيل شغل وقت الفراغ فى الدردشة ومشاهدة التلفزيون بقرى وجه قبلى بالمقارنة بقرى وجه بحرى . وفى القرى (التابعة) بالمقارنة بالقرى (الأم) وفى مقابل ذلك - يزيد نسبيا - تفضيل شغل وقت الفراغ فى قراءة الجريدة ، والاستماع للراديو ، فى قرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى** .

ومع ذلك ، وعلى الرغم من تراجع اعتماد القرويين على أجهزة الإعلام ، على النحو المشار إليه آنفا ، فإنها مازال - وكما أشرنا فى موضع سابق - تمثل المصدر الرئيسى الذى يمكن من خلاله إذا رغب الفرد الإلمام بمجريات الأحداث فى المجتمع . ويوضح الجدول رقم (٤٥) هذه الحقيقة .

* انظر بيانات الجدول رقم (١٩) ملحق رقم (٣) .

** انظر بيانات الجدول رقم (٢٠) ملحق رقم (٣) .

جدول رقم (٤٥)

تصرف المبحوث عندما يرغب في معرفة مجريات الأحداث في المجتمع

التكرار	%	التصوير
٢٧٤	٥٣٫٨	يشاهد التلفزيون
٩٣	١٨٫٣	يقرا الجرائد
٨٠	١٥٫٧	يسمع الراديو
٦٠	١١٫٨	يقعد مع الناس ويتكلم معها
٢	٠٫٤	أخـرى
٥٠٩	١٠٠	إجمالي

وتشير بيانات الجدول رقم (٤٥) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٧٤) مبحثاً بنسبة (٥٣٫٨٪) تتجه عندما ترغب في الإلمام بمجريات الأمور في المجتمع إلى التلفزيون ، الأمر الذي يشير إلى التميز النسبي لهذه الوسيلة الاتصالية في مجتمع القرية بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى من حيث درجة الاعتماد عليها في التزود بما يقع من أحداث . ويلي ذلك ، ويفارق كبير ، قراءة الجرائد (٩٣) مبحثاً بنسبة (١٨٫٣٪) ، ثم الاستماع إلى الراديو في المرتبة الثالثة (٨٠) مبحثاً بنسبة (١٥٫٧٪) ، وأخيراً الإلمام بمجريات الأحداث عبر الاتصالات الشخصية مع الآخرين (٦٠) مبحثاً بنسبة (١١٫٨٪) من إجمالي المبحوثين أفراد العينة .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين المهنة وتصرف المبحوث عندما يرغب في معرفة أحوال الدنيا ، ويوضح الجدول رقم (٤٦) هذه العلاقة .

جدول رقم (٤٦)

العلاقة بين المهنة وتلبية الرغبة في معرفة أحوال الدنيا

المهنة	للاجح	حرفى	تاجر	موظف	مهلى	عامل	طالب	إجمالى
الرغبة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
يشاهد التلفزيون	١٨٢	٦٠.٨٦	٩	٤٢.٨٦	٦	٤٢.٨٦	١٨	٢٨.٣٠
يقرا الجرائد	٤٠	١٣.٢٨	٢	٩.٣٢	١	٧.١٤	١٥	٢٣.٩١
يسمع الراديو	٢٥	١١.٧١	٥	٢٣.٨١	٢	١٦.٤٢	١٠	٢١.٢٨
يتقدم مع الناس	٤٠	١٣.٢٨	٥	٢٣.٨١	٤	٢٨.٥٧	٤	١٠.٤٤
اخرى	٢	٠.٧٧	-	-	-	-	٧	١٠.٤٤
إجمالى	٢٩٩	١٠٠	٢١	١٠٠	١٤	١٠٠	٢٥	١٠٠

وتظهر بيانات الجدول رقم (٤٦) التزايد النسبى الملحوظ لدى فئات الفلاحين والعمال للاتجاه إلى التلفزيون لمعرفة مجريات الأمور ، حيث تصل نسبة هذا السلوك بينهم (٦٠.٨٦٪) و (٥٢.٧٣٪) على الترتيب لكل منهما ، فى حين ينخفض هذا السلوك نسبيا بين فئات الطلبة والموظفين والحرفيين والتجار والمهنيين ، حيث لا تتجاوز هذه النسبة بينهم (٣٣.٣٣٪) و (٣٨.٣٠٪) و (٣٨.٣٠٪) و (٤٢.٨٦٪) و (٤٢.٨٦٪) و (٤٤٪) لكل منهم ، ويتميز التجار بالميل للإعلام بمجريات الأحداث عبر الاتصالات الشخصية (٢٨.٥٧٪) ، الحرفيون بالميل للاستماع للراديو بنسبة (٢٣.٨١٪) ، والموظفون بقراءة الجرائد (٣١.٩١٪) وهكذا .

كما تكشف البيانات وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع وتلبية الرغبة فى معرفة أحوال الدنيا ، حيث تتجه الإناث إلى التلفزيون ، فتصل نسبة هذا التعرف بينهم إلى (٦٥٪) فى مقابل (٤٨٪) للذكور . وفى المقابل يتجه الذكور أكثر إلى الجرائد والراديو ، فتصل نسبة هذا السلوك بينهم إلى (١٩٪) لكل منهما ، فى حين لا تتجاوز هذه النسبة لدى الإناث (١٥٪) و (٨٪) على الترتيب .

وفى محاولة من جانب البحث للتعرف على درجة المصادقية التى تحظى بها وسائل الاتصال الجماهيرية الرئيسية : الراديو ، التلفزيون ، الجرائد فى مجتمع القرية ، قياسا على أحد الموضوعات الاجتماعية المثيرة للجدل والخلاف ، طرحنا على المبحوثين صيغة السؤال الآتى : لا يكون فيه موضوع الناس يتخلف عليه نى تنظيم الأسرة ، ياترى الناس فى البلد يصدق الكلام الذى يقوله مين أكثر؟ مع الحرص على ترديد الباحث أمام المبحوث لبدائل استجابات هذا السؤال وهى : الراديو ، التلفزيون ، الجرائد ، ماحدش فى البلد بيصدق حاجة من دى فى الموضوع ده ، وطلب اختيار بديل واحد ضمنا لفئة التمييز والتحديد ، ومرة أخرى يحتل التلفزيون المرتبة الأولى فى استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (١٧)

تصور القرويين للمصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة

التصوير	التكرار	%
الراديو	٢٤	٤٧
التلفزيون	٤١٥	٨١٥
الجرائد	٩	١٨
لا أحد يصدق حاجة من دى	٤٦	٩١٠
أخرى	١٥	٢٩
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤١٥) مبحوثا بنسبة (٨١٥٪) أشارت إلى التلفزيون باعتباره المصدر الأكثر مصداقية بين وسائل الإعلام الجماهيرى فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة ، وعلى حد تعليل هؤلاء المبحوثين ؛ لأنه يعرض بالصوت والصورة ، وعدم قدرة الكثير من

القرويين على القراءة . ومع ذلك ، تبدو هذه النتيجة مقلقة وغير مطمئنة ، فهناك احتمالات التباس الأمر لدى المبحوثين بين مصداقية مايقال وبين الوسيلة الأكثر حديثاً أو نشاطاً في عرض موضوع تنظيم الأسرة ، أو لعل الوضع الإجبارى الذى وجد فيه المبحوث أن عليه اختيار واحد من البدائل المطروحة وتحديد أيها أكثر مصداقية من الآخر . ويصرف النظر عن هذه المخاوف : يظل للتليفزيون مركز السيادة بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى إذا ماوضعت موضع مقارنة لدى القرويين . وحيث لم تتجاوز نسبة الإشارة إلى الراديو ، والجرائد عن (٩٧٪) و (١٨٪) على الترتيب ، ومال (٤٦) مبحوثاً نسبة (٩١٪) لتأكيد افتقاد الوسائل الثلاث للمصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة . وعلى حد تعبيرهم : "دا كلام قاضى" ، "لاتصدق غير رأى الدين ورأينا" .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة دالة بين النوع ، وتصور المبحوث للمصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة (كما دالة عند مستوى ٠.٠٠٩) ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (١٨)

العلاقة بين النوع والمصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى تنظيم الأسرة

المصدر	النوع		ذكور		إناث		إجمالى	
	كـ	٪	كـ	٪	كـ	٪	كـ	٪
الراديو	٢٢	٦٥١	٢	١٨	٢٤	٤٥		
التليفزيون	٢٦٣	٧٧٨١	١٥٢	٨٩٤١	٤١٥	٨١٧		
الجرائد	٧	٢٠٧	٢	١٨	٩	١٨		
لا أحد يصقها	٣٤	١٠٠٦	١٢	٧٠٦	٤٦	٩٠		
أخرى	١٢	٣٥٥	٢	١٧	١٥	٣٠		
إجمالى	٣٣٨	١٠٠	١٧٠	١٠٠	٥٠٩	١٠٠		

وتفصح بيانات الجدول رقم (٤٨) الارتفاع النسبي الملحوظ فى اتجاه الإناث لتصديق التلفزيون فى موضوع تنظيم الأسرة بالمقارنة بالذكور ، حيث تصل نسبة التصديق بينهن إلى (٨٩ر٤١٪) فى مقابل (٧٧ر٨١٪) فقط لدى الذكور ، كما تزيد نسبيا درجة تصديق جهاز الراديو بين الذكور (٦٥ر٥١٪) بالمقارنة بالإناث ، حيث لا تتجاوز هذه النسبة بينهن (١٨ر١٪) ، الأمر الذى يشير إلى تأثير الفروق النوعية فى درجة تصديق المصادر المختلفة ، مع استمرارية سيادة مصداقية التلفزيون لدى جميع أفراد العينة على اختلافهم على النحو المشار إليه آنفا .

فإذا انتقلنا إلى المصادر الشخصية الأكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة ، فإننا نجد الميل العام لتصديق الطبيب بالمقارنة ببقية المصادر الشخصية الأخرى مثل شيخ الجامع ، أو المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران والأصدقاء . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة :

جدول رقم (٤٩)

تصور القرويين للمصدر الشخصى الأكثر مصداقية فى موضوع تنظيم الأسرة

التكرار	٪	التصوير
١٦٩	٣٣ر٢٠	شيخ الجامع
٢٩٩	٥٨ر٧٤	الطبيب
١	٠ر٢٠	المدرس
١	٠ر٢٠	العمدة
١	٠ر٢٠	الداية
٨	١ر٥٧	الجيران أو الأصدقاء
٣٠	٥ر٨٩	أخرى
٥٠٩	١٠٠	إجمالى

وتشير بيانات الجدول ، أن الجانب الأكبر من المبحوثين -- أفراد العينة - يميلون إلى تصديق حديث الطبيب في موضوع تنظيم الأسرة ، حيث وردت الإشارة إلى هذا المصدر في استجابات (٢٩٩) مبحوثاً بنسبة (٥٨٫٧٤٪) فهو الأكثر اطلاعاً ومعرفة من الناحية الطبية بهذه الأمور . ومع ذلك ، فهناك نسبة غير قليلة أيضاً (١٦٩) مبحوثاً بنسبة (٣٣٫٢٠٪) ترى أن شيخ الجامع هو الأكثر دراية ومعرفة بأحكام الدين في هذه المسألة ، وبالتالي تميل إلى تصديق حديثه أو نصائحه في هذا المجال . وتذكرت بعد ذلك درجة مصداقية بقية المصادر الشخصية ، مثل المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران ، والأصدقاء ... الخ .

وقد اتجه البحث لتعميق الحوار مع المبحوثين حول كل وسيلة اتصالية على حدة بغية التعرف على درجة اعتمادهم عليها أو استفادتهم منها في مجرى حياتهم الفعلية . وقد بدأ الحوار بجهاز الراديو بطرح السؤال الآتى : في رأيك الناس في البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟ ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٥٠)

رأى القرويين في إمكانية الاستغناء عن الراديو

الرأى	التكرار	%
لاستطيع الاستغناء عنه	٤٣٩	٨٦٫٢
تستطيع الاستغناء عنه	٣٢	٦٫٣
تستطيع الاستغناء عنه لفترة	١٢	٢٫٤
فيه ناس تستطيع وناس لا	٣٦	٥٫١
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٥٠) إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣٩) مبحوثاً بنسبة (٨٦,٢٪) أقرروا بعدم قدرة القرويين على الاستغناء عن الراديو ، فى حين لم يتجاوز عدد من أكد صراحة أن القرويين يستطيعون الاستغناء عن الراديو عن (٣٢) مبحوثاً بنسبة (٦,٣٪) ، ومال (١٢) مبحوثاً بنسبة (٢,٤٪) لتريد استجابة تستطيع الاستغناء عنه لفترة ، ونسبة أخرى لم تتجاوز (٥,١٪) ردت استجابة فيه ناس تستطيع وناس لا .

وتشير البيانات إلى وجود علاقة بين الموقع الجغرافى ودرجة استغناء أو عدم استغناء أفراد العينة عن الراديو (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠,٠٥) ، حيث ترتفع نسبياً الاستجابات التى تشير إلى عدم استغناء الناس عن الراديو بقرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى حيث تصل هذه النسبة بقرى وجه بحرى إلى (٨٩,٧٪) فى مقابل (٨٢,٩٪) بقرى وجه قبلى * .

كما تظهر البيانات العلاقة الارتباطية الدالة بين المهنة ودرجة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن الراديو . ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (٥١)

العلاقة بين المهنة وإمكانية الاستغناء عن الراديو

المهنة	فلاح		حرفى		تاجر		موظف		مهنى		عامل		طالب		إجمالي	
	د	%	د	%	د	%	د	%	د	%	د	%	د	%	د	%
لاستطيع	٢٥٥	٨٥,٧	١٨	٨٥,٧	١٤	١٠٠	٤٦	٨٦,٢	٣٣	٦١	٨٩,٣	٢٧	٧٥	٤٣٩	٨٦,٢	
تستطيع	٢٠	٦,٣	١	٥,١	-	-	٢	٣,٥	٤	٧,٦	٥	١٣,٨	٣٣	٦,٣	٣٢	٦,٣
تستطيع لفترة	٤	١,٣	٢	١٠,٥	-	-	٢	٣,٥	١	٢	١,٥	٢	٥,٥	١٢	٢,٤	٢,٤
فيه وفيه	١٩	٦,٣	-	-	-	-	٢	٣,٥	-	-	٢	٥,٥	٣٩	٨,٩	٤٩	٩,١
إجمالي	٢٩٨	١٠٠	٢٩	١٠٠	١٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	٢٥	١٠٠	٦٨	١٠٠	٣٦	١٠٠	٥٠٩	١٠٠

* انظر بيانات الجدول رقم (٢١) ملحق رقم (٢) .

وتشير بيانات الجدول إلى الارتفاع النسبي الملحوظ في الميل لإقرار عدم الاستغناء عن الراديو بين فئات التجار والمهنيين والعمال ، حيث ترتفع نسبة عدم الاستغناء عن الراديو بينهم لتصل إلى (١٠٠٪) و (٩٢٪) و (٨٩٪) على الترتيب ، لكل منهم ، في حين تنخفض هذه النسبة بين فئات الطلبة لتصل إلى (٧٥٪) والفلاحين إلى (٨٥٧٪) والحرفيين إلى (٨٥٧٪) . وترتفع نسبيا درجة الميل للاستغناء عن الراديو بين فئات الطلبة لتصل إلى (١٢٩٠٪) ، والفلاحين إلى (٦٧١٪) من إجمالي المبحوثين أفراد كل فئة منهما .

وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أشاروا إلى إمكانية استغناء الأفراد في القرية عن الراديو ، سواء نهائيا أو لفترة ، والبالغ عددهم (٤٤) مبحثا عن العوامل الكامنة التي تدفع القرويين في اتجاه الاستغناء عن الراديو . ويأتى على رأس هذه العوامل ، وجود التلفزيون . فقد أشار إلى هذا العامل (٣١) مبحثا بنسبة (٧٠٤٪) ، وهو أمر يؤكد صحة ما أشرنا إليه في موضع سابق عن سحب التلفزيون لبعض جمهور الراديو في القرية المصرية . فإذا كان الفرد مشغولا بسبب العمل طوال النهار ، وفي أكثر من مهنة أو مجال أحيانا ، وينحصر وقت فراغه ، فإنه يميل إلى تفضيل التعرض للتلفزيون في نهاية اليوم مع بقية أعضاء الأسرة ، وهذا فيه الكفاية ، خصوصا أنه لا يوجد اختلاف كبير بين الراديو والتلفزيون من حيث درجة الاهتمام بشئون القرية المصرية . وقد تأكد ذلك بصورة واضحة من بقية التبريرات التي قدمها المبحوثون في هذا المجال من قبيل القول : " ما فيش فيه حاجة مهمة ، كان زمان ودلوقتى ماعدش " إلى غيرها من الاستجابات التي تشير إلى التراجع الشديد في مكانة الراديو لدى هؤلاء الأفراد .

وفي المقابل كشف أفراد عينة البحث الذين أقروا بأن هناك بعض الناس

يستطيع الاستغناء عن الراديو ، والبعض الآخر لا يستطيع والبالغ عددهم (٣٦) مبحثاً ، عن الفئات الأكثر استفادة من الراديو فى البلد وبالتالي لاستطيع الاستغناء عن الراديو ، وأشاروا فى ذلك تحديداً إلى فئات : الفلاحين والحرفيين ، والعمال ، والتجار باعتبارهم أكثر الفئات استفادة من الراديو . فى حين كان المهنيون ، والموظفون ، والطلبة أكثر الفئات فى القرية استعداداً للاستغناء عن الراديو فى تصور هؤلاء الأفراد .

وقد تحدث المبحوثون الذين أقروا بعدم الاستغناء عن الراديو فى القرية ، والبالغ عددهم (٤٣٩) مبحثاً عن العديد من العوامل التى تملئ هذا الإقرار . ويكشف الجدول التالى عن هذه العوامل .

جدول رقم (٥٧)

أوجه استفادة القرويين من الراديو

أوجه الاستفادة	التكرار*	%
الناس يتعرف منه إلى ييجرى فى الدنيا	٢٧٣	٤١,٧
الناس يتعرف منه حقوقهم	٣٢	٤,٩
يسمى الناس شوية عن مشاكلها	١٩٥	٢٩,٨
الناس يتعرف منه قرارات الحكومة	١٠	١,٥
الناس يتعلم من الراديو حاجات كثير	٩٠	١٣,٧
أخرى تذكر	٥٥	٨,٤
إجمالى	٦٥٥	١٠٠

* يزيد عدد مفردات هذا الجدول عن القيمة الأصلية والبالغ عددها (١٢٩) مبحثاً : لأن المبحث الواحد كان يحتاج له ترميد أكثر من مبحث .

وتظهر بيانات الجدول ، أن الناس فى القرية لا يستطيع الاستغناء عن الراديو ؛ لأنه بصرف النظر عن أية اعتبارات أخرى ، يعد مصدراً يمكن من خلاله الإلمام بمجريات الأمور . فقد أشار إلى هذا العامل (٢٧٣) مبحثاً بنسبة

(٤١٧٪) . وينوه البحث هنا إلى عدم الاطمئنان لدقة استجابات المبحوثين اللفظية هنا ، وإشارتهم إلى هذا العامل باعتباره أهم العوامل التي تكمن وراء عدم الاستغناء عن الراديو . فقد أقرروا في حوار سابق بوجود مصدر أكثر أهمية في معرفة أحوال الدنيا وهو التلفزيون ، كما لم تأت المضامين الإخبارية والسياسية على رأس قائمة تفضيلات القرويين لبرامج الراديو ، وإنما أشاروا إلى البرامج الدينية والقرآن الكريم ، والمسلسلات الإذاعية على النحو المعروض آنفا .

ويعصر النظر عن هذا التحفظ ، فقد أشار المبحوثون إلى عامل آخر من عوامل عدم إمكانية الاستغناء عن الراديو ، وهو الجانب الترفيهي ، "فهو يبسلى الناس شوية عن مشاكلها" . وقد ورد هذا العامل في المرتبة الثانية ، وأشار إليه (١٩٥) مبحوثا بنسبة (٢٩٨٪) ، ثم أن الناس يتكتسب معارف عديدة من الراديو (٩٠) مبحوثا بنسبة (١٣٧٪) ، ويتعرف منه حقوقها (٣٢) مبحوثا بنسبة (٤٩٪) ، وأخيرا يتعرف من الراديو قرارات الحكومة بنسبة (١٥٪) فقط من إجمالي أسباب عدم إمكانية الاستغناء عن الراديو .

وبالمثل ، أظهر المبحوثون ميلا عاما لإقرار عدم إمكانية الاستغناء عن التلفزيون في ردهم عن تساؤلنا : ياترى الواحد ممكن يستغنى عن التلفزيون ؟ ويوضح الجدول التالي نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٥٣)

رأى القرويين في إمكانية الاستغناء عن التلفزيون

الرأى	التكرار	٪
ممكن الاستغناء عنه	٨٧	١٧ر١
مش ممكن	٤١٢	٨٠ر٩
ممكن الاستغناء عنه لفترة	١٠	٢ر٠
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٤١٢) مبحوثا بنسبة (٨٠.٩٪) أقرت عدم إمكانية استغناء الفرد عن التلفزيون . فى حين أشار (٨٧) مبحوثا بنسبة (١٧.١٪) فقط إلى إمكانية الاستغناء عن هذه الوسيلة الاتصالية . ونوهت نسبة لم تتجاوز (٢٪) بإمكانية الاستغناء عن التلفزيون لفترة .

وتظهر التحليلات الإحصائية عدم وجود علاقة بين المهنة أو الموقع الجغرافى والرأى فى مدى إمكانية الاستغناء عن التلفزيون ، وإن كانت قد أظهرت وجود علاقة دالة بين النوع وإمكانية هذا الاستغناء (كاً^٢ عند مستوى ٠.٣٩) ، ويوضح الجدول التالى هذه العلاقة .

جدول رقم (٨٤)

العلاقة بين النوع وإمكانية الاستغناء عن التلفزيون

درجة الاستغناء	النوع		ذكور		إناث		إجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
ممكن	٦٨	٢٠.١٨	١٩	١١.٠٥	٨٧	١٧.٠١		
مش ممكن	٢٦٣	٧٨.٠٤	١٤٩	٨٦.٣٣	٤١٢	٨٠.٩		
ممكن الاستغناء	٦	١.٧٨	٤	٢.٣٢	١٠	٢		
إجمالي	٣٣٧	١٠٠	١٧٢	١٠٠	٥٠٩	١٠٠		

وتظهر بيانات الجدول رقم (٥٤) الارتفاع النسبى الملحوظ فى استجابات الإناث بعدم الاستغناء عن التلفزيون بالمقارنة بالذكور . فلى الإناث تصل نسبة عدم الاستغناء إلى (٨٦.٣٣٪) فى مقابل (٧٨.٠٤٪) لدى الذكور ، وإمكانية الاستغناء تصل لدى الإناث إلى (١١.٠٥٪) ، وترتفع لدى الذكور لتصل إلى (٢.٣٢٪) ، مما يشير إلى أن الإناث أكثر تمسكا بالتلفزيون من الذكور .

ويكشف تعميق الحوار مع المبحوثين الذين أقرروا بإمكان الاستغناء عن التلفزيون عن توافر العديد من الأسباب التي تكمن وراء هذا الإقرار . فبداية ، هو يضيع الوقت ، ويلهى الناس عن شغلها (٢٦) مبحوثا بنسبة (٢٥.٣٪) ، وهو كلام فاضى (٢٣) مبحوثا بنسبة (٢٢.٣٪) ، وزينة فى البيت وخلص بنسبة (١٨.٦٪) ، ولايتهم بمصالح وحاجات الناس فى القرية بنسبة (١٨.٤٪) من إجمالى أسباب الاستغناء عن التلفزيون .

وفى فئة أخرى تذكر فى هذا السؤال ، أشار (٤٢) مبحوثا بنسبة (٤٠.٨٪) إلى أسباب أخرى بالغة الأهمية ، من المفيد حصرها تحديدا كما وردت على لسان المبحوثين : "التلفزيون يا أستاذ يفسد التهارده أخلاق البنات ، فيه حاجات خارجة كثير والإنسان بيتحمل ذنوب كثيرة ، الواحد مش فاضى وماعدوش فكرة عن الكلام ده ، التلفزيون هو السبب فى فساد الدولة والناس ، لا يوجد بالتلفزيون مايفيد ويتفق مع الشريعة ، مش قادر أجيب تلفيزيون ، ماعنديش كهرباء ، الواحد لما يحتاج قرشين يبيع التلفزيون ويستغنى عنه خالص ، الراديو بيسلى بدل التلفزيون ، اللي بيعى فى التلفزيون بيعى فى الراديو ، قيل التلفزيون كانت الناس مبسولة ومحصلش أى حاجة ، لعدم التوجيه السليم ، ياعم تلفيزيون إيه بلا قرف" إلى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تشير إلى تنامي اتجاهات عدائية تجاه التلفزيون بين القرويين ، وذلك بسبب بعض ممارساته التى يعتبرونها خروجا عن المألوف والتقاليد والثقافة السائدة .

وفى المقابل أشار المبحوثون الذين أقرروا بعدم إمكانية الاستغناء عن التلفزيون إلى العديد من الأسباب فى ذلك ، يأتى على رأسها ، كما أشرنا من قبل ، الجانب الترفيهى وتسلية الناس ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٥)

أسباب عدم استغناء التلفزيون عن التليفزيون

السبب	التكرار *	%
ييسلئ الناس	٢٥٢	٢٤٫٩
الناس يتعرف منه أحوال الدنيا	١٩٢	٢٦٫٦
الواحد يتعلم منه حاجات كثير	١٦٧	٢٣٫٢
الناس يتعرف منه قرارات الحكومة	١٧	٢٫٤
يبعلم الواحد ازاى يتصرف صح	٣٢	٤٫٤
أخرى تذكر	٦١	٨٫٥
إجمالى	٧٢١	١٠٠

* يزيد عدد مغيرات هذا الجدول عن العدد النلى : لأن المبحث الواحد كفى يحتاج له تحديد أكثر من سبب .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٥٥) ، فإن العامل الرئيسى وراء عدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون هو "تسليه الناس" . فقد ورد هذا العامل فى استجابات (٢٥٢) مبحثاً بنسبة (٢٤٫٩٪) ، ولى ذلك ، تزويد التليفزيون للأفراد بالمعارف والأخبار حول مجريات الأحداث (١٩٢) مبحثاً بنسبة (٢٦٫٦٪) ، ثم اكتشاف مهارات وممارسات من التليفزيون (١٦٧) مبحثاً بنسبة (٢٣٫٢٪) ، والمساعدة فى التصرف الصحيح (٣٢) مبحثاً بنسبة (٤٫٤٪) ، والإحاطة بقرارات الحكومة وممارسات النخبة السياسية (١٧) مبحثاً بنسبة (٢٫٤٪) من إجمالى الأسباب التى قدمها المبحوثون لعدم إمكانية الاستغناء عن التليفزيون .

وجدير بالتنويه هنا ، أن هذه المبررات التى قدمها المبحوثون حول أهمية التليفزيون ، تختلف عن تقييم هؤلاء المبحوثين أنفسهم للممارسات الفعلية للتليفزيون ، حيث تكشف الحوارات المتعمقة معهم ، وكما أشرنا من قبل ، عن

تتأى اتجاهات عدائية لدى القرويين تجاه هذه الوسيلة الاتصالية بسبب ما تقدمه أحياناً من مشاهد خليعة ، ويعتبرها البعض ضد الدين والقيم والتقاليد المتعارف عليها .

فإذا انتقلنا إلى الجرائد ، فإننا نجد اتجاهها عاماً مماثلاً لتأكيد أهمية وجود الجرائد والاستفادة منها . فقد ردت الغالبية العظمى من المبحوثين الذين تتوافر لهم القدرة على القراءة بالإيجاب على تساؤلنا : ياترى هل فيه موضوعات فى الجرائد بتحس لما بقراها إلك استلقت منها ؟ ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٦)
درجة استفادة المبحوث من قراءة الجرائد

درجة الاستفادة	التكرار	%
يستفيد	٢٦٢	٨٧,٧
لا يستفيد	٢٥	١١,٧
أخرى	٢	٠,٦
إجمالي	٣٠٠	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن هناك (٢٦٢) مبحوثاً بنسبة (٨٧,٧٪) يشعرون عند قراءتهم للجريدة بأنهم يستفيدون منها ، حيث تزودهم - على حد تعليلهم - بالمعارف حول الأحداث السياسية ، وأخبار الحوادث ، والرياضة ، والأمور الدينية ، وبرامج الإذاعة والتلفزيون ، وأحوال الطقس ، والموضوعات الأدبية والفنية ... الخ . فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى عدم استفادته من قراءة الجريدة عن (١١,٧٪) من إجمالى المبحوثين الذين أقرأوا بقراءتهم للصحف . وقد كشف تعميق الحوار مع هؤلاء المبحوثين (٣٥) مبحوثاً حول الجوانب التى لاتعجبهم فى الجرائد ، وسبب عدم استفادتهم منها ، عن عجز واضح لديهم

فى تحديد هذه الجوانب أو تلك الأسباب . ومال البعض منهم لترديد استجابة "مش عارف والله" ، "لايوجد" . فقد بلغت نسبة ترديد مثل هذه الاستجابات (١٨٪) و (٢٠٪) على الترتيب لكل استجابة بقرى محافظة المنوفية و (١٦٪) و (٤٤٪) بقرى محافظة المنيا . ومع ذلك ، فقد تمكن البعض الآخر من الإشارة إلى العديد من الأشياء التى لاتعجبهم فى الجرائد ومنها : "الأخبار المفبركة أو الكاذبة ، والمبالغة والتطويل ، وكثرة الإعلانات ، والوفيات ، والتركيز على أخبار الفنانين والفنانات ، ونشر الصور الخليعة والحظ والنجوم" ، حيث ينظرون إلى مثل هذه المضامين باعتبارها مضامين فارغة ، ولا طائل من ورائها ، على حد تعبير بعض الباحثين .

وفى محاولة من جانب البحث لتعميق الحوار مع الباحثين الذين أقروا باستفادتهم من قراءة الجرائد ، لتحديد أوجه هذه الاستفادة ، طرحنا على الباحثين السؤال الآتى : تقرر نقولى يستفاد من قراءتك للجريدة فى إيه صربا ؟ وتكشف استجابات الباحثين اللفظية على هذا التساؤل ، الميل العام لدى الباحثين لتأكيد الاستفادة الثقافية ، فهى وسيلة لمعرفة أحوال الدنيا ، وتنمية ثقافة الفرد ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٧)

نوعية استفادة الباحثين من قراءة الجريدة

نوعية الاستفادة	التكرار *	%
فى التسلية وتضييع الوقت	٤١	٩,٣
فى معرفة أحوال الدنيا	٢٠٧	٤٧,٠١
فى خلق موضوعات للحوار مع الناس	١٥	٣,٤
فى معرفة الحقوق وقضاء المصالح	٢٩	٦,٦
فى اتخاذ القرار الصحيح	١٢	٢,٧
الواحد يثق نفسه	١٠٢	٢٣,٢
أخبرنى	٣٤	٧,٧
إجمالى	٤٤٠	١٠٠

* يزيد عدد مقدرات هذا الجدول من البلد الأصلي : لأن المبحرث الواحد كان يتاح له اختيار أكثر من متغير .

وتشير بيانات الجول رقم (٥٧) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٠٧) مبحثاً بنسبة (٤٧٪) ، أشار إلى استفادتهم من قراءة الجريدة فى معرفة أحوال الدنيا ومجريات الأمور فى المجتمع . وفى ذلك دعم ثقافة الفرد وتزويده بالمعارف الجديدة (١٠٢) مبحثاً بنسبة (٢٣٪) ، ثم فى التسلية وتمضية الوقت (٤١) مبحثاً بنسبة (٩٪) ، وفى معرفة الحقوق وقضاء المصالح (٢٩) مبحثاً بنسبة (٦٪) ، وفى دعم قدرة الفرد على الاتصال والحوار مع الآخرين (١٥) مبحثاً بنسبة (٣٪) ، وأخيراً فى مساعدة الفرد على اتخاذ القرار الصحيح أو إبداء الرأى السليم (١٢) مبحثاً بنسبة (٢٪) فقط من إجمالى مجالات الاستفادة من قراءة الجريدة ، وهى كلها بيانات تؤكد تمسك المبحوثين بالصحف وعدم القدرة على الاستغناء عنها ، بصرف النظر عن درجة المصادقية التى يحظى بها مضمونها بين القرويين .

وفى محاولة من جانب البحث لمعاودة التثبت من فاعلية أجهزة الإعلام فى قرى البحث الأربع ، والوقوف على درجة اعتماد القرويين عليها قياساً على موضوع كان - وما يزال - يشغل بال القرويين والمصريين بعامه ، وهو موضوع السفر للعمل بالخارج ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : الناس فى البلد هنا لا تحب تعرف حاجة عن موضوع زى السفر بره مثلاً ياترى تعرف منين أكثر ؟ مع الحرص ، ضماناً لدقة التحديد ، على قراءة المتغيرات أمام المبحوث ، وطلب اختيار بديل واحد منها . وقد كشفت نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا التساؤل عن تباين فعاليات أجهزة الإعلام فى هذا الموضوع ، فعلى عكس موضوع تنظيم الأسرة السابق الإشارة إليه ، والذى حظى التلفزيون فيه بالمرتبة الأولى ، كانت الجرائد هنا هى الأكثر إفادة فى موضوع السفر للعمل بالخارج ، الأمر الذى يشير إلى تباين فعاليات أجهزة الإعلام فى المجتمع القروى بتباين طبيعة

الموضوعات . ويوضح الجدول رقم (٥٨) المصدر الأكثر إفادة للقرويين في موضوع السفر للعمل بالخارج .

جدول رقم (٥٨)
المصدر الجماهيري الأكثر إفادة للقرويين في موضوع السفر

الرأى	التكرار	%
من الرايـــــــــــــــد	٤٣	٨٤٥
من التليفزيون	١١٣	٢٢٢٠
من الجرائد	٢٠١	٣٩٤٩
هذه الوسائل لاتتفيد فى هذا الموضوع هنا	١٥٢	٢٩٨٦
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول رقم (٥٨) إلى أن الجرائد تعد المصدر الأكثر إفادة للقرويين فى الحصول على المعلومات حول موضوع السفر . فقد أشار إلى هذا المصدر (٢٠١) مبحث بنسبة (٣٩٤٩٪) ، ونوهوا فى ذلك إلى ما تنشره الصحف من إعلانات عن فرص العمل بالخارج ، وأحوال المصريين فى البلاد العربية .. الخ. ومع ذلك ، فقد أشار (١٥٢) مبحثا بنسبة (٢٩٨٦٪) إلى أن هذه الوسائل لاتتفيد القرويين فى هذا الموضوع . فبداية ، وطبقا لتوضيحات المبحثين، فإنهم يكتسبون المعلومات حول موضوع السفر أكثر من الأقارب أو الأصدقاء ممن سبق لهم السفر للعمل بالخارج ، أو من مكاتب السفريات المنتشرة بالمدن . كما أن إعلانات الجرائد غير مفيدة للغالبية من القرويين ، حيث إنها تفيد فقط أصحاب المؤهلات دون سواهم من العمالة الفلاحية أو الحرفية .

وفى المرتبة الثالثة ، ويفارق كبير بالمقارنة بالجرائد ، يأتى التليفزيون . فقد أشار إلى هذا المصدر (١١٣) مبحثا بنسبة (٢٢٢٠٪) . ومع انخفاض هذه

النسبة ، إلا أنها تبدو غير دقيقة . وهى فى الواقع أقل من ذلك بكثير ، حيث يكشف تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول أسباب اختيارهم للتليفزيون عن تراجع قدرتهم عن تقديم تبرير مقنع لكيفية إفادة التليفزيون فى موضوع السفر ، واكتفوا بترديد استجابات من قبيل : "لأنه يعرض بالصوت والصورة ، ولأنه كويس" إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اختلاط الأمور لدى المبحوث وعدم دقة اختياره .

وقد تدنت إلى أقصى حد درجة إفادة الراديو للقرويين فى موضوع السفر ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى هذا المصدر عن (٤٣) مبحثاً بنسبة (٨٤٥٪) ، وأظهروا أيضاً عدم القدرة على التبرير، حيث اكتفوا ، رداً على تساؤلنا ليه ؟ بترديد استجابة : "الراديو يابيه كويس ، أو معرفش ، وهى استجابات تسير فى اتجاه تدعيم حقيقة تضائل فاعلية أجهزة الإعلام الجماهيرى فى تزويد القرويين بالمعارف والمعلومات فى موضوع السفر للعمل بالخارج ، مع تميز نسبي لدور الصحف فى هذا المجال .

وقد تلاحظ وجود علاقة دالة بين المهنة ، والمصدر الجماهيرى الأكثر إفادة فى موضوع السفر (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٥) ، حيث تزيد نسبة إشارة الموظفين والمهنيين إلى الصحف باعتبارها المصدر الأكثر إفادة فى موضوع السفر ، فتصل النسبة بينهم إلى (٥٥٪) و (٤٨٪) على الترتيب فى حين تتخفف هذه النسبة لدى فئات التجار والفلاحين والعمال لتصل إلى (٢٨٪) و (٣٨٪) على الترتيب ، وفى المقابل تزيد نسبة الإشارة إلى التليفزيون باعتباره المصدر الأكثر إفادة فى هذا الموضوع بين فئات الطلبة والعمال لتصل النسبة إلى (٤٦٪) و (٣٠٪) على الترتيب ، فى حين تتخفف نسبة هذه الإشارة بين فئات

الموظفين لتصل إلى (٤٪) والتجار إلى (٢١٪) وهكذا * .

فإذا تجاوزنا مصادر الاتصال الجماهيرى إلى فاعلية المصادر الشخصية المختلفة فى موضوع السفر ، فإننا نجد أن مكاتب السفريات تحظى بالمرتبة الأولى فى الوفاء برغبة المبحوثين فى التزود بالمعارف حول هذا الموضوع . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٥٩)

المصدر الشخصى الأكثر إفادة للقرويين فى موضوع السفر

المصدر الشخصى	التكرار	٪
من شيخ الجامع	٦	١٠٢
من العمدة	٢	٠.٦
من الطبيب	-	-
من المهندس الزراعى	٢	٠.٤
من المعارف	١٦٧	٢٢.٨
من مكاتب السفريات	٢٩٨	٥٨.٥
أخرى	٢٢	٦.٥
إجمالى	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى الدور النشط الذى تلعبه مكاتب السفريات ، وكذا مصادر الاتصال الشخصى الطبيعى . فقد أشار إلى مكاتب السفريات (٢٩٨) مبحوثاً بنسبة (٥٨.٥٪) ، حيث عادة ما يتردد القروى على هذه المكاتب للبحث عن فرصة عمل بالخارج ، أو لتسهيل إجراءات سفره ، أو ينزل مندوب من هذه المكاتب إلى القرى لتفسير العمالة ، وبالأذات الفلاحية أو الحرفية . ولى ذلك دور المعارف والأصدقاء من العاملين بالخارج ، أو الذين سبق لهم العمل بالخارج

* انظر بيانات الجدول رقم (٢٢) ملحق رقم (٢) .

بنسبة (٣٢,٨٪) . وتدنى بعد ذلك دور بقية مصادر الاتصال الشخصى ، مثل شيخ الجامع أو العمدة أو المهندس الزراعى ، حيث تنخفض درجة مساهمتهم فى ترويج المعارف حول هذا الموضوع ، فلا تتجاوز نسبة (١٢٪) و (٢٠,٧٪) و (١٤,٠٪) على الترتيب . واختفى تماما دور الطبيب الذى احتل من قبل المكانة الأولى بين مصادر الاتصال الشخصى فى موضوع تنظيم الأسرة ، الأمر الذى يشير إلى انتفاء وجود قائد الرأى الشمولى فى القرية ، وارتباط أدوار المصادر الشخصية المختلفة ، كما هو الحال مع أجهزة الاتصال الجماهيرى بطبيعة الموضوعات المطروحة .

وفى محاولة أخرى ، لمقارنة أداء وسائل الاتصال المختلفة (الجماهيرية والشخصية) فى مجتمع القرية قياسا على موضوع يتعلق بزراعة صنف معين ، طرحنا على الباحثين السؤال الآتى : طيب لو كانت حاجة بخصوس زراعة صنف معين ياترى تعرفها منين أكثر ؟ مع الحرص أيضا على تلاوة المتغيرات أمام الباحث وطلب اختيار متغير واحد ، وذلك ضمانا لدقة التمييز . وتكشف استجابات الباحثين اللفظية على هذا التساؤل عن التراجع الكبير فى وقع أجهزة الإعلام الجماهيرى فى ترويج المعلومات الزراعية فى مجتمع القرية ، وزيادة فاعلية دور الاتصال الشخصى بنوعيه (الرسمى والطبيعى) فى هذا المجال . ويوضح الجدول رقم (٦٠) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٠)

المصدر الأكثر إفادة للقرويين في المجال الزراعي

المصدر	التكرار	%
الراديو	١١	٢٠٢
التلفزيون	١٠٨	٢١٢
الجرائد	١	٠٢
المُرشد الزراعي	١٤٢	٢٨١
الأهل	٥٤	١٠٦
بتنوع الجمعية الزراعية	١٨٧	٣٦٧
أخرى	٥	١٠
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن أعضاء الجمعية التعاونية الزراعية في القرية هم المصدر الأكثر إفادة في تلبية حاجة القرويين للمعلومات حول زراعة صنف معين ، فقد أشار إلى هذا المصدر (١٨٧) مبحوثاً بنسبة (٣٦٧٪) . ويلي ذلك المرشد الزراعي (١٤٢) مبحوث بنسبة (٢٨١٪) . وفي المرتبة الثالثة يأتي دور التلفزيون (١٠٨) مبحوث بنسبة (٢١٢٪) . وتدنّى إلى أقصى حد درجة اعتماد القرويين في تلبية هذه الحاجة على الراديو ، أو الجرائد ، حيث لم تتجاوز نسبة الإشارة إليهما (٢٠٢٪) و (١٠٦٪) على الترتيب ، ولا تشير التحليلات الإحصائية إلى وجود أية علاقة ذات دلالة بين الخصائص النوعية أو المهنية أو الجغرافية ، والمصدر الأكثر إفادة وترويجاً للمعلومات الزراعية .

وقد اتجه البحث في محاولة أخيرة لتحديد الوسيلة الجماهيرية الأكثر فاعلية في مجتمع القرية ، قياساً على تصورات المبحوثين لدى تعبير كل منها أكثر عن مشاكل الناس . وطرحنا على المبحوثين صيغة السؤال الآتي : إنهم في الحاجات التي جفرك عليها يبيع عن مشاكل الناس أكثر ، وإنهم يبيع عن خالص ؟ المصنف ،

الرايو ، التلفزيون ؟ ويوضح الجدول رقم (٦١) نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل .

جدول رقم (٦١)
الوسيلة الجماهيرية الأكثر تعبيراً عن مشاكل الناس

درجة التعبير	الوسيلة		المصحف		الرايو		التلفزيون	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تعبير عن مشاكل الناس	٢٣٦	٤٦.٥	٢٧٠	٥٢.٤	٤٠٣	٧٩.٣		
مش دايمًا	١٤٠	٢٨.٨	١٨٠	٣٥.٦	٧١	١٤.٠		
لا تعبير	١٧٠	٣٤.٧	٥٦	١١.٠	٢٤	٦.٧		
إجمالي	٤٨٦	١٠٠	٥٠٦	١٠٠	٥٠٨	١٠٠		

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٤٠٣) مبحوث بنسبة (٧٩.٣٪) يرى أن التلفزيون يعبر عن مشاكل الناس أكثر ، في حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى "مش دايمًا" ، أو أنه لا يعبر عن مشاكل الناس عن (١٤٪) و (٦.٧٪) على الترتيب لكل استجابة . فإذا انتقلنا إلى الرايو ، فإننا نجد انخفاضاً ملحوظاً في نسبة الإقرار بأنه يعبر عن مشاكل الناس أكثر بالمقارنة بالتلفزيون ، ومع ذلك تقل النسبة الغالبة من المبحوثين تشير إلى أنه يعبر عن مشاكل الناس (٢٧٠) مبحوثاً بنسبة (٥٢.٤٪) . وإلى ذلك نسبة الاستجابات التي تشير إلى أن الرايو "مش دايمًا" يعبر عن مشاكل الناس (٢٣٦) ، وأخيراً نسبة الاستجابات التي ترى أن الرايو لا يعبر عن مشاكل الناس (١١٪) من إجمالي المبحوثين .

ولا يختلف الأمر على مستوى الصحف ، حيث يظل الجانب الأكبر من المبحوثين يرى أن الصحف بتعبير عن مشاكل الناس (٢٢٦) مبحوثاً بنسبة

(٤٦٠٪) ، ولى ذلك نسبة الاستجابات التي تشير إلى أنها "مش دائما" بتعبير عن مشاكل الناس (١٤٠) مبحوثا بنسبة (٢٨٨٪) ، وأخيرا نسبة الاستجابات التي ترى أنها لا تعبر عن مشاكل الناس (٢٤٧٪) من إجمالي المبحوثين الذين يتعرضون للصحف .

وفى محاولة لإعادة التثبت من دقة البيانات المعروضة آنفا حول مدى تعبير وسائل الاتصال الجماهيرى الثالث عن مشاكل الناس ، طرحنا على المبحوثين السؤال المقترح التالى : تدر تقوى إيه المشاكل المهمة الى الراديو ، والتلفزيون ، والصحف ماتكلمتش عنها ؟ ومرة أخرى ، مال الجانب الأكبر من المبحوثين بقرى البحث الأربع إلى ترديد استجابة "مافيش" (١٦١) مبحوثا بنسبة (٢١٣٪) ، واتجه (٧٢) مبحوثا بنسبة (١٤١٪) إلى السلبية "مش عارف" ، فإذا تجاوزنا مثل تلك الاستجابات ، فإننا نجد عددا غير قليل من المبحوثين (١٠٢) مبحوث بنسبة (٢٩٨٪) ، يرى أن هذه الوسائل لا تتحدث عن غلاء الأسعار ، والمشاكل التعليمية والاجتماعية والسلوكية ، على حد تعبير هؤلاء المبحوثين . ولى ذلك تجاهلها الحديث عن ممارسات الكبار وفساد المسؤولين ، بنسبة (٨٤٥٪) ، ثم البطالة بنسبة (٥٥٪) ، وإهمال مشاكل الفلاحين بنسبة (٥٣١٪) ، وأخبار البيئة والكوارث بنسبة (٤٣٢٪) ، وعدم ذكر الحقيقة بنسبة (٠٧٨٪) فقط من إجمالي استجابات المبحوثين حول المشاكل المهمة التي لم تتحدث عنها وسائل الإعلام الجماهيرية الثالث .

وواضح من استعراض مثل هذه الاستجابات ، عدم قدرة الجانب الأكبر من المبحوثين على الحوار وإبداء الرأى أو التقييم ، مما يكشف من ناحية عن ضعف ارتباطهم أصلا بمضامين الوسائل الجماهيرية الثالث ، ومن ناحية أخرى إلى شكلية وعدم دقة استجاباتهم اللفظية السابقة حول درجة تعبير هذه الوسائل عن

مشاكل الناس . ويدعم صحة هذا الاستنتاج نتائج الحوار مع الباحثين حول السؤال الآتي : ياترى فى نظرك ازاى ممكن الصحف ، والراديو ، والتلفزيون تعبر عن مشاكل الناس منا ؟ حيث مال الجانب الأكبر من الباحثين ، وعلى خلاف حديثهم السابق ، وإقرارهم بتعبير الوسائل الجماهيرية الثلاث عن مشاكل الناس ، بالدعوة إلى نزولها إلى الناس فى القرية ، والاهتمام أكثر بالريف ومشاكله . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٢)

تصور القرويين لكيفية تعبير وسائل الإعلام الجماهيرى عن مشاكلهم

التصوّر	التكرار *	%
بالنّزول إلى الناس هنا فى القرية	٢٨٩	٤٢.٣
بالاهتمام أكثر بالريف ومشاكله	١٤٥	٢١.٧
بتنظيم برامج معينة للريف	٦٤	٩.٦٠
بمقدّ القنوات واللقاءات وإجراء الأبحاث	٤٧	٧.١
مضى عارف	٨٠	١٢.٠
أخـرى	٤٢	٦.٣
إجمالي	٦٦٧	١٠٠

* يزيد عدد متغيرات هذا الجدول من عدد العينة : لأنّ البحث الواحد كان يتاح له إنشاء أكثر من تصور .

وكما هو واضح من بيانات الجدول رقم (٦٢) فإن الجانب الأكبر من الباحثين (٢٨٩) مبحثاً بنسبة (٤٢.٣٪) ، يدعون إلى نزول وسائل الإعلام الثلاث إلى القرية ؛ للتعرف على مشاكلها ، وعدم الاكتفاء بالجلوس على المكاتب والكتابة عنها ، وهو أمر يكشف التناقض بين إقرار الغالبية من الباحثين بأنّ هذه الوسائل بتعبير عن مشاكل الناس ، وبين دعوتهم هنا إلى نزولها إلى القرية للتعبير عن مشاكلهم . ويدعم (١٤٥) مبحثاً آخرين بنسبة (٢١.٧٪) هذا المنحى ،

ويطالبون بالاهتمام أكثر بالريف ومشاكله ، الأمر الذى يشير إلى عمق الإحساس لدى هؤلاء الأفراد بانفصال مضمون الراديو والجرائد والتلفزيون عن واقع مشاكلهم الفعلية . ويخالف ذلك ، قدم المبحوثون تصورات أخرى لتعبير الوسائل الثلاث عن مشاكل القرية ، مثل تنظيم حملات وبرامج معينة للريف بنسبة (٩٦٪) ، وعقد ندوات ولقاءات وإجراء بحوث بنسبة (٧١٪) ، ومال (٨٠) مبحوثا بنسبة (١٢٪) إلى السلبية "مش عارف" ، ربما بسبب ضعف علاقتهم الفعلية بوسائل الإعلام ، أو تراجع قدرتهم على الحوار وإبداء الرأى .

ثالثا: التأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام فى القرية المصرية

من المؤكد أن تحليلا متعمقا للتأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام فى مجتمع القرية ، لن يتسنى بدون مقارنة نتائج تحليل المضامين الإعلامية الموجهة عبر وسائل الإعلام إلى الريف ، وماتحملة من تصورات وأفكار حول مجموعة القيم المعنية بالبحث ، بما هو متوفر لدى الأفراد من تصورات وأفكار حول ذات القيم ، وكذا مراقبة تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية . ولقد سعت الدراسة فى تقرير سابق* إلى استعراض ماهو مطروح عبر مختلف وسائل الإعلام من أفكار وتصورات حول مجموعة من القيم التى شهدت تغيرات ملحوظة فى السنوات الأخيرة ، وهى قيم : الأرض ، والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والابخار ، والتضامن الأسرى . كما سعت مستويات أخرى من بحث مستقبل القرية المصرية لدراسة هذه القيم على أرض الواقع ، وتحليل مركزها على سلم القيم فى المجتمع الريفى وما طرأ عليها من تغيرات . ونحاول هنا ، وحتى تكتمل

* راجع تقرير تحليل مضمون المواد الريفية المثارة عبر وسائل الإعلام المختلفة ، فى إطار بحث بناء الاتصال فى القرية المصرية ، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى .

الصورة ، وتسهل المقارنة ، فيما بعد أن نقف على وقع عمليات أجهزة الإعلام حول القيم السبع هذه ، وطبيعة تصورات الأفراد عينة البحث لما تروجه وسائل الإعلام حولها .

وقد بدأ الحوار مع المبحوثين في هذا الجانب بطرح السؤال المفتوح الآتي :
ياترى الراديو ، والتلفزيون ، والجرائد بنقول إيه عن الأرض الزراعية ؟ وتكشف استجابات المبحوثين عن هذا التساؤل عن محدودية التصورات المتوفرة لدى المبحوثين حول المضامين التى تثيرها أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، والميل العام لتريد ألفاظ محدودة وعامة فى الأساس ، مما يوحى بضعف تأثيرات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، ربما بسبب ضالة الاهتمام بهذا الموضوع من جانب هذه الأجهزة أصلا، ويوضح الجدول رقم (٦٣) كميا نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا السؤال .

جدول رقم (٦٣)

تصورات القرويين لمضامين أجهزة الإعلام حول قيمة الأرض الزراعية

التردد	النسبة %	التصوير
٢٤٥	٤٨,١٣	يتكلم على الأرض والكيمائى فى الزراعة بنقول بدل السفر اخدم الأرض تعمليك محصول
٢٣٣	٤٥,١٨	وعدم التجريف أو التسمدى على الأرض
١٧	٣,٣٤	بتنشر إعلانات وفيه برنامج سسر الأرض
١٤	٢,٧٥	لا أعرف
٥٠٩	١٠٠	إجمالى

وكما هو واضح من الاستجابات ، فإن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨,١٣٪) ترى أن الراديو والتلفزيون والجرائد ، عندما تتناول موضوع الأرض الزراعية ، فإنها تتحدث عن الأرض والكيمائى (المبيدات

والسماد) والزراعة دون قدرة على تحديد طبيعة وتوجهات هذا الحديث ، الأمر الذى يؤكد - كما أشرنا - ضعف التأثيرات التى تتركها عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال . ومع ذلك ، فقد أشار (٢٣٣) مبحثاً بنسبة (٤٥ر١٨٪) إلى أنها تشجع على عدم السفر والبقاء لخدمة الأرض الزراعية ، وهو موقف قيمى مهم تروج له أجهزة الإعلام ، أو على الأقل ، هذا هو الموجود فى تصورات الأفراد عن عملياتها فى هذا المجال ، وذلك بصرف النظر عن مدى تبنى أو عدم تبنى هذا الموقف . وفضلاً عن حث هذه الوسائل على التمسك بالأرض وعدم السفر ، فإنها تدعو أيضاً إلى عدم التعدى على الأرض الزراعية سواء بالتجريف أو التحويل ، أو البناء على الأرض الزراعية ، وهو التعدى الذى اتسع نطاقه فى السنوات الأخيرة ، ويستقطع سنوياً جانباً كبيراً من أجود الأراضى الزراعية ، وبطريقة تهدد الأمن الغذائى للبلاد .

ويخالف التوجيه بالبقاء فى الأرض والمحافظة عليها من التعدى ، سارت بقية الاستجابات فى اتجاه عدم المعرفة بما يطرح من تصورات عبر أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، "مش عارف" (١٤) مبحثاً بنسبة (٢٥ر٧٥٪) أو الاكتفاء بالقول "بتنشر إعلانات ويتجيب برنامج سر الأرض" (١٧) مبحثاً بنسبة (٣٤ر٣٤٪) ، وهى استجابات تؤكد ماسبق الإشارة إليه حول محدودية قدرة أصحابها على الحوار أو التذكر ، وضعف ارتباطهم بأجهزة الإعلام ، أو على الأقل ضعف تأثيراتها على تصوراتهم حول الأرض الزراعية .

فإذا تجاوزنا قيمة الأرض الزراعية ، إلى قيمة الهجرة ، وهى القيمة التى أصبحت فى الحقب الأخيرة تحتل مركزاً متقدماً للغاية على سلم أولويات القيم فى القرية المصرية ، وباعتبار أن الهجرة المؤقتة للعمل بالخارج تعد الحلم والمخرج الوحيد أمام العديد من القرويين لحل المشكلات التى يواجهونها ، وتحقيق حراك

اجتماعى ملموس فى مجتمع القرية ، فإننا نجد تصورات متباينة ومتناقضة لدى الباحثين أفراد العينة حول مآثره أجهزة الإعلام فى هذا الموضوع ، وربما جاء ذلك امتدادا لتناقض المضامين الإعلامية المطروحة حول موضوع الهجرة للعمل بالخارج ، وتفاوتها بين التشجيع على السفر باعتباره الحل الوحيد لمشكلات الشباب ، والحصول على العملات الصعبة لدعم ميزان المدفوعات ، وبين الحث - كما أشرنا من قبل - على البقاء فى البلد وزراعة الصحراء ، أو إرجاع أسباب ضعف الإنتاج وتفاقم المشكلات الداخلية إلى عدم الانتماء والرغبة العارمة المسيطرة على الجميع ترك البلد والعمل بالخارج ، وهى كلها مضامين ملموسة تروج لها أجهزة الإعلام ، وتنعكس بوضوح على استجابات الباحثين أفراد عينة البحث على النحو الذى يظهره الجدول رقم (٦٤) .

جدول رقم (٦٤)

تصور القرويين لمضامين أجهزة الإعلام حول قيمة الهجرة

التكرار	%	التصور
٢٤٥	٤٨,١٣	لا تشجع على السفر ويلزم أوى
١٦٦	٣٢,٦٢	تشجع على السفر
٥٣	١٠,٤١	لا يعرف
٤٥	٨,٨٤	لا تتناول هذا الموضوع
٥٠٩	١٠٠	إجمالي

وتشير بيانات الجدول إلى أن هناك (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨,١٣٪) يرون أن وسائل الإعلام لا تشجع على السفر ، وأن السفر له مخاطره ، وتحث الأفراد على البقاء وزراعة الأرض وتعمير الصحراء . وفى المقابل ، فإن هناك (١٦٦) مبحوثا بنسبة (٣٢,٦٢٪) يرون عكس ذلك ، ويؤكدون أن أجهزة الإعلام تشجع الأفراد على السفر والهجرة للعمل بالخارج لتحسين الدخل ، وحل المشكلات

المادية . وأشار (٩٨) مبحثاً بنسبة (١٩٢٥٪) إما إلى أنه لا يعرف ماثقوله أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، أو أن هذه الأجهزة لا تتناول فى رأيه هذا الموضوع على الإطلاق ، وهو أمر سبق تفسيره بضعف قدرة هؤلاء الأفراد على الحوار ، ومحدودية التأثيرات التى تتركها أجهزة الإعلام عليهم فى هذا المجال . ومن المؤكد أن تناقض مواقف أجهزة الإعلام حول موضوع الهجرة وانعكاس هذا التناقض لدى الأفراد - على النحو المشار إليه - أمر له سلبياته ومخاطره على برامج التنمية ومحاولات الإصلاح فى المجتمع ، وأن الأمر فى حاجة إلى وضوح رؤيا ، وموقف سياسى واضح فى هذا المجال هل تشجع أجهزة الإعلام الأفراد ، وبالأذات الشباب على السفر والعمل بالخارج ، أم تحثهم على البقاء والمساهمة فى تعمير مجتمعهم ؟

وحول قيمة العمل ، طرحنا على المبحثين السؤال الآتى : ياترى الرايد والتليفزيون والجرائد لما يتكلموا عن العمل وشغل الناس النهاردة بيقلوا إيه ؟ ويكشف الجدول رقم (٦٥) عن نتائج استجابات المبحثين اللفظية على هذا التساؤل .

جدول رقم (٦٥)

تصور القرويين لمضاهين لجهزة الإعلام حول قيمة العمل

التكرار °	%	التصوير
٢٥٤	٣٤.٨	بتحبيب الناس فى العمل
١٢٨	١٩.٠	بتشجيع الناس على العمل فى أى مهنة
٥٥	٧.٥	لا تناقش الموضوع ده
٩٠	١٢.٣	بتحدث عن البطالة بين الشباب
٧٣	٩.٧	بتحدث عن تراخي الناس فى العمل وكسلها
٦٩	٩.٤	بتحدث الشباب على العمل وتعمير الصحراء
٢٧	٣.٧	بتعلن عن الوظائف الخالية
٧٤	١٠.١	أخـرى
٧٣.٠	١٠.٠	إجمالـى

• يزيد عدد مفردات هذا الجدول من عدد السئلة الأصلية : لأن البحث الواحد كان يتاح له مزيد أكثر من تصور .

وتظهر بيانات الجدول رقم (٦٥) تعدد التصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام حول قيمة العمل ، بتعدد مجالات هذه القيمة ، ولكن معظمها تصورات إيجابية تسير فى اتجاه دعم قيمة العمل ، فقد أشار (٢٥٤) مبحوثا بنسبة (٢٤٨٪) إلى أن وسائل الإعلام تحت الناس على العمل . وأوضح (١٢٨) مبحوثا بنسبة (١٩٪) أنها تشجع الأفراد على العمل فى أى مهنة ، فكل عمل شريف ، ولاداعى لانتظار الوظيفة الحكومية ، وأكد (٩٠) مبحوثا بنسبة (١٢٣٪) أن أجهزة الإعلام يتحدث عن البطالة بين الشباب ، وأشار (٦٩) مبحوثا بنسبة (٩٠٤٪) أن هذه الأجهزة ، تحت الشباب على استصلاح الأراضى وتعمير الصحراء ، كما أنها فى تصور (٢٧) مبحوثا بنسبة (٣٧٪) يتعلن عن الوظائف الخالية .. ولم تتجاوز نسبة التصورات السلبية التى تشير إلى أن أجهزة الإعلام يتحدث عن تراخى الناس فى العمل أو كسلها ، والتسبب وعدم الجدية ، أو أن هذه الأجهزة لا تتحدث إطلاقا فى هذا الموضوع عن (٢٢٪) و (٧٥٪) على الترتيب من إجمالى التصورات المتوفرة لدى أفراد عينة البحث حول مضامين أجهزة الإعلام بخصوص قيمة العمل ، وهى كلها بيانات تؤكد أهمية دعم عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال ، بتقديم المثل والنموذج والقوة فى الحرص على العمل والانضباط والمحافظة على الوقت ... الخ .

فإذا انتقلنا إلى قيمة التعليم ، فإننا نجد أن هذه القيمة كانت ، وماتزال ، تعد قيمة محورية فى حياة القرويين ، باعتبار أن التعليم هو أداة الحراك الاجتماعى من ناحية ، ووسيلة لاكتساب المكانة الاجتماعية فى مجتمع القرية . ومن هنا ، نجد استمرارية الحرص البالغ من جانب القرويين على تعليم أبنائهم ، بل والتنازل عن بعض الأرض بالبيع فى مقابل توفير نفقات التعليم للأبناء حتى على الرغم من انخفاض العائد المادى من الشهادات أو الوظيفة الحكومية ، أو

انتشار البطالة بين شباب المتعلمين ، حيث لاتزال النظرة الثقافية ، وايسست النظرة المادية هي المسيطرة لدى القرويين حول التعليم .

وحول موقف أجهزة الإعلام من التعليم ، طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : ياترى الراديو والتليفزيون والجراند لما بتكلم عن التعليم يقول إيه ؟ وتشير استجابات المبحوثين اللفظية لهذا التساؤل إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين ، ربما بسبب الحرص الذاتى لديهم على التعليم وتمسكهم بهذه القيمة ، مال إلى تأكيد تشجيع هذه الأجهزة على التعليم ، ويوضح الجدول رقم (٦٦) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٦)

تصور القرويين لما تطرحه أجهزة الإعلام حول قيمة التعليم

التردد %	النسبة	التصوير
٤٥	٣٦٤	بتحث على التعليم
٢١	١٧	بتهمل الموضوع ده
١١	٩٣	بتكلم عن مشاكل التعليم والدروس الخصوصية
١٧	١٣٧	بتعطي دروس للطلبة فى الراديو والتليفزيون
١٢	١٠	كلام غير موضوعى أو وائسى
٥	٤٤	بتعرف الطلبة ازاي يذاكروا ويهتموا بدروسهم
٢	٢٠	بتقول للناس سياسة الحكومة فى التعليم
١	١٢	الشهادات ماعيش لها لزمة
٤	٣٢	التعليم الفنى أحسن
٢	١٦	مش عارف
٧	٥٦	أخترى
١٠٠	٨٠١	إجمالى

• يزيد عدد مفرقات هذا الجدول عن عدد الأية : لأن للمبحث الواحد كان متاح له اختيار أكثر من تصور .

وتشير بيانات الجدول رقم (٦٦) إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين

(٣٦٤) مبحوثا بنسبة (٤٥٤٪) لديها احساس أو تصور بأن أجهزة الإعلام تبحث الأفراد على التعليم . كما أشار (١٣٧) مبحوثا بنسبة (١٧٢٪) إلى أنها تساهم فى التعليم بإعطاء دروس للطلبة فى الراديو والتليفزيون . وفى تصور (٩٣) مبحوثا بنسبة (١١٦٪) يتحدث عن مشاكل التعليم ، وبالأذات مشاكل الدروس الخصوصية ، وتعليم الطلبة كيفية المذاكرة السليمة والاهتمام بدروسهم بنسبة (٥٥٪) . وأوضح (٣٢) مبحوثا بنسبة (٤٪) أنها تشجع على التعليم الفنى بدلا من التعليم العام ، وباعتباره الأكثر ربحية وإتاحة لفرص العمل . وتدتن بعد ذلك بقية الاستجابات من قبيل : "يتشرح سياسة الحكومة فى التعليم (٢٥٪) ، أو بتهمل الموضوع ده (٢١٪) ، أو أنها بتتحدث بلا موضوعية أو دقة فى موضوع التعليم (١٢٪) فقط من إجمالى تصورات المبحوثين حول المضامين المطروحة حول التعليم عبر أجهزة الإعلام .

وكان من اللافت للنظر فى استجابات المبحوثين اللفظية فى هذا المجال ، هو تضائل نسبة الاستجابات التى تشير إلى تحقيق أجهزة الإعلام للشهادات (١٢) مبحوثا فقط بنسبة (١٢٪) من إجمالى التكرارات ، وذلك رغم الميل العام لأجهزة الإعلام للترويج لهذا المنحى منذ حقبة الانفتاح ، والذى كشفت عنه دراسات عدة ، وحيث تسود الرؤية المادية للتعليم عبر أجهزة الإعلام ، فالشهادات لم يعد لها قيمة ، والعمل اليدوى أو الحرفى أصبح يدر دخلا كبيرا إلى غيرها من التصورات المموسة فى ممارسات أجهزة الإعلام فى هذا المجال . وربما يعود انخفاض نسبة هذه التصورات إلى الرغبة العارمة لدى المبحوثين للتمسك بالتعليم ، وبالتالي ميلهم العام للتعبير عن هذه الرغبة فى استجاباتهم اللفظية ، أو ربما يعود ذلك إلى ضعف ارتباط المبحوثين بأجهزة الإعلام ومحدودية تأثرهم بمضامينها فى هذا المجال .

فإذا تجاوزنا قيمة التعليم إلى قيمة التعاون ، وهى قيمة محورية أيضا يحدث عليها الدين وتقديرها الثقافة العربية . فإنتا نجد المنحى العام لدى الباحثين لتأكيد اتجاه المضامين الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام حول هذه القيمة لدعوة الناس إلى التعاون والمحبة . ويوضح الجدول رقم (٦٧) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٧)
تصور القرويين لاتجاهات المضامين الإعلامية حول قيمة التعاون

التكرار *	%	التصوير
٤٣٠	٨٢.٥	يتحدث الناس على التعاون والمحبة
٢٠	٣.٨	لا تشجع على التعاون
٣٨	٧.٢	لا تتعرض للموضوع نه
١٦	٣.١	لا أعرف
١٧	٣.٣	أخرى تذكر
٥٢١	١٠٠	إجمالي

* يزيد عدد مقربات هذا الجدول عن عدد القيمة الأصلية حيث كان المحرر الواحد يتاح له ترميد أكثر من تصور .

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من الباحثين (٤٢٠) مبحثا بنسبة (٨٢.٥٪) يرون أن أجهزة الإعلام المختلفة تحت الناس على التعاون والمحبة ، فى حين لم يتجاوز عدد من أشار إلى أنها لا تشجع على التعاون عن (٢٠) مبحثا بنسبة (٣.٨٪) من إجمالي تكرارات أفراد العينة . وأوضح (٣٨) مبحثا بنسبة (٧.٢٪) أنها لا تتعرض لهذا الموضوع ، أو على الأقل لم تترك تأثيرات على تصوراتهم فى هذا المجال . ومال (١٦) مبحثا بنسبة (٣.١٪) إلى السلبية وردنوا عبارة "مش عارف" .

وحول قيمة الادخار ، وهى إحدى القيم التى شهدت تراجعا ملحوظا فى

السنوات الأخيرة في إطار تزايد النزعة الاستهلاكية التي صاحبت تطبيق سياسات الانفتاح والهجرة الخارجية ، طرحنا على المبحوثين السؤال المفتوح الآتي : ويقول إيه الراديو والتلفزيون والصحف عن الادخار ؟

وتشير استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل إلى أن أجهزة الإعلام تترك انطبعا لدى الأفراد حول هذه القيمة يميل إلى تشجيع الادخار واستثمار الأموال في البنوك وبفترات التوفير بمكاتب البريد ، ويوضح الجدول التالي هذه الحقيقة :

جدول رقم (٦٨)

تصور الراديوين لتوجهات المضامين الإعلامية حول قيمة الادخار

النكرار	%	التصوير
٢٤٣	٤٧,٧٣	بقول الادخار كويس ويتشجع عليه
١٢٢	٢٣,٩٧	استثمار الفلوس في البنك أو دفتر التوفير إضمن
٥٢	١٠,٢٢	لا أعرف
٥٢	١٠,٢٢	لا تتحدث عن الادخار
٢٠	٣,٩٢	بتناقش فوائد البنوك حلال أم حرام
٢٠	٣,٩٢	فيه الناس معها فلوس علشان تخر
٥٠٩	١٠٠	إجمالي

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٤٣) مبحوثا بنسبة (٤٧,٧٣٪) يرى أن المضامين الإعلامية المثارة عبر مختلف أجهزة الإعلام (الراديو ، التلفزيون ، الصحف) تتجه لدعم قيمة الادخار وتشجع عليه ، كما أشار (١٢٢) مبحوثا بنسبة (٢٣,٩٧٪) إلى أن هذه المضامين تدعو الأفراد لاستثمار أموالهم في البنوك أو مكاتب البريد ، باعتبار أنها الأكثر ضمانا ، كما أنها - أى أجهزة الإعلام - تناقش قضية فوائد البنوك هل هي حلال أم حرام

(٢٠) مبحثاً بنسبة (٢٠٩٣٪) . وفى المقابل ، مال (١٢٤) مبحثاً بنسبة (٢٤٣٧) لترديد استجابات سلبية تتفاوت بين "لا أعرف" أو "لا تتحدث أجهزة الإعلام عن الانسار" بنسبة (١٠٠٢٢٪) لكل منهما ، وبين نفى وجود نقود زائدة عن الحاجة مع الأفراد لكى يدخرها بنسبة (٢٠٩٣٪) من إجمالي استجابات المبحوثين أفراد العينة حول قيمة الانسار . والملاحظ - هنا - هو اختفاء إشارات المبحوثين إلى تلك المضامين التى تشجع على الاستهلاك والبذخ فى الإنفاق ، وبالأذات الإعلانات التجارية التى يتعرض لها غالبية المبحوثين على النحو الذى أشرنا إليه من قبل ، وربما يعود ذلك إلى الميل العام لدى المبحوثين للرد بإيجابية ، أو لعلها تراجع القدرة النقدية أو التحليلية لدى العديد من أفراد عينة البحث ، الذين يغلب عليهم التعرض السلبي للمضامين الإعلامية ، وهو المسلك الذى يختفى فى إطاره التفاعل الوجدانى أو الفهم المتعمق لهذه المضامين ، والاكتفاء بالمشاهدة أو الاستماع دون تدقيق أو استيعاب لكل ما هو معروف عبر وسائل الإعلام .

فإذا انتقلنا إلى قيمة التضامن العائلى ، وهى إحدى القيم التى تعرضت لتأثيرات كبيرة فى السنوات الأخيرة فى إطار شيوع العلاقات المادية وإعلاء شأن المادة وتفكك العائلات إلى أسر ، بحيث أصبحت الأسرة النووية ، وليست الأسرة الممتدة ، هى النمط الغالب حالياً فى القرية المصرية ، فإننا نجد الميل العام للمبحوثين ، ربما بسبب النزعة الأخلاقية أو الدينية (الحقيقية أو المظهرية) لديهم ، أو ربما بسبب عدم القدرة على الحوار وإبداء الرأى والميل للتعبير عما ينبغى أن يكون ، يتجه ناحية تأكيد تشجيع أجهزة الإعلام على صلة الرحم والمودة والاحترام المتبادل بين أعضاء الأسرة الواحدة . ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٦٩)

تصور القرويين للوجهات المضامين الإعلامية حول قيمة التضامن العائلي

التكرار	%	التصور
٢٨٥	٧٥,٦٤	يتؤكد على صلة الرحم والمودة
٨١	١٥,٩١	يتناول المشاكل لا تأتي إلا من القرايب
٢٢	٤,٥٢	كل واحد لازم يكون في حاله
٢٠	٣,٩٣	لا أعرف
٥-٩	١٠٠	إجمالي

وتشير بيانات الجدول إلى أن (٣٨٥) مبحوثاً بنسبة (٧٥,٦٤٪) يرون أن مضامين أجهزة الإعلام تؤكد على صلة الرحم ، والمودة أو الاحترام . ومع ذلك ، فإن هناك (٨١) مبحوثاً بنسبة (١٥,٩١٪) يرون أن ما ينشر عبر وسائل الإعلام يسير في اتجاه تأكيد أن المشاكل لا تأتي إلا من القرايب ، وبالتالي فهي تترك تأثيرات سلبية على مركز قيمة التضامن العائلي في نفوس الأفراد . وفي نفس الاتجاه أضاف (٢٢) مبحوثاً بنسبة (٤,٥٢٪) أن وسائل الإعلام تشجع على الفردية ، وأن ينصرف كل فرد إلى حال سبيله . ومال (٢٠) مبحوثاً بنسبة (٣,٩٣٪) إلى السلبية وترديد استجابة "مش عارف" ، وهي الاستجابة التي توحى بمحدودية قدرة المبحوث على الحوار ، أو الخوف منه ، أو ضعف تأثيرات أجهزة الإعلام على هؤلاء المبحوثين .

وبجانب محاولة الوقوف على التصورات القيمة لما تروجه أجهزة الإعلام لدى الأفراد عينة البحث ، فقد اتجه البحث للتعرف على تصورات المبحوثين للطريقة التي تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية . وطرحنا عليهم السؤال التالي: وإيه راك في الطريقة التي بيتكلموا بها عن القرية ؟ ويكشف الجدول رقم (٧٠) نتائج استجابات المبحوثين اللفظية لهذا التساؤل .

جدول رقم (٧٠)

تصور القرويين للطريقة التي يتحدث بها الإعلام عن مجتمع القرية

النسبة	التكرار	النسبة
كيسة	٣٧٧	٧٤,٧٪
مش كيسة ومبالغة	١٧٣	٣٤,١٦٪
لا أعرف	٩	١,٧٧٪
إجمالي	٥٠٩	١٠٠٪

وتظهر بيانات الجدول رقم (٧٠) أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٤,٧٪) عبر عن رضائه عن الطريقة التي تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية (كيسة) ، وقدموا من خلال تعميق الحوار معهم بطرح السؤال الاستفهامي "أزاي؟ العديد من التبريرات حول أسباب هذا الرضا : "فهي بتذكر الواقع ويتناول موضوعات تستفيد منها القرية" (٢٣٩) مبحوثا بنسبة (٣٩,٦٣٪) ، "علشان بيقلوا إن القرية هي أساس المجتمع" (٤٢) مبحوثا بنسبة (١٢,٤٦٪)، "علشان مافيش في القرية حاجة وحشة !! " (٥٦) مبحوثا بنسبة (١٦,٦٢٪) من إجمالي تبريرات أسباب رضا المبحوثين عن الطريقة التي تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية .

وواضح من هذه التبريرات صعوبة الاطمئنان إلى دقة الاستجابات اللفظية للمبحوثين التي تعبر عن رضائهم عن الطريقة التي تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية "علشان بتتكلم عن الواقع" ، حيث سبق وأشار الجانب الأكبر من المبحوثين - أفراد عينة البحث - إلى ضرورة نزول هذه الأجهزة إلى القرية للتعبير عن مشاكلها، على النحو السابق الإشارة إليه ، كما تبدو استجابات من قبيل : "يقلوا إن القرية هي الأساس ، أو علشان القرية مافيش فيها حاجة

وحشة" تبريرات سطحية وغير جدية ، ولايعول عليها فى تبرير رضا المبحوث عن مجمل معالجات أجهزة الإعلام لمشكلات القرية المصرية .

وأيا كانت هذه التحفظات ، فقد عبر (١٢٣) مبحوثا بنسبة (٢٤٫١٦٪) عن عدم رضائه عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، فهى "مش كويسة" ، ومبالغ فيها ، ولاتعبر عن الواقع ، على حد تعبير هؤلاء الأفراد . وقد أوضح هؤلاء الأفراد - فى معرض ردهم على تساؤلنا ازاي - أن هذه الأجهزة تظهر القرية فى صورة وحشة ومبالغ فيها (٩١) تكرارا ، كما أنها بعيدة عن الحياة فى القرية وظروفها والمشكلات التى تعاني منها (٤٣) تكرارا ، ولم يتمكن (٩) من المبحوثين بنسبة (١٧٫٧٪) من تحديد تصور معين حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، وريدوا استجابة "مش عارف" .

ولا يختلف الأمر كثيرا بين نتائج استجابات المبحوثين اللفظية حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، والطريقة التى تتحدث بها عن القطاع الأكبر من سكان القرية وهم الفلاحون ، حيث ظلت الغالبية العظمى من المبحوثين تعبر عن درجة رضا عالية عن هذه الطريقة . ويوضح الجدول رقم (٧١) هذا المنحى فى الاستجابات اللفظية .

جدول رقم (٧١)

تصور الفرويين للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن الفلاح

التصور	التكرار	%
كويسة وتعبر عن الفلاح	٣٦٣	٧١٫٣٢
مش كويسة وغير معبرة عن حياة الفلاح	١٣٨	٢٧٫١١
لا أعرف	٨	١٫٥٧
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٦٢) مبحوثا بنسبة (٧١,٣٢٪) غير عن رضائه عن الصورة التي يقدم بها الفلاح المصرى عبر مختلف وسائل الإعلام "كويصة ويعتبر عن الفلاح" ، وعلاوا هذا الرضا فى ردهم على تساؤلنا ازاي ؟ بالقول : "أنها تعبر عن الفلاح وأصالته زى الواقع بالضبط" (٢٧٦) تكرارا ، "ولأن الفلاح فى غيطه وكل حاجة كويصة وخلص !! " (٢٨) تكرارا .

وأوضح (١٣٨) مبحوثا - بنسبة (٢٧,١١٪) فقط - أن هذه الصورة غير إيجابية "مش كويصة وغير معبرة عن حياة الفلاح" . وفى معرض تبريرهم لهذا الرأى ، أشاروا إلى أن الفلاح بداية لا يأخذ حقه فى وسائل الإعلام (٤٩) تكرارا، ثم أنه عندما يظهر فى هذه الوسائل فإن الصورة تبدو مبالغاً فيها ، وفيها - على حد تعبير بعض المبحوثين - نوع من الابتزال (١٠٠) تكرار .

والانطباع الذى يخرج به الباحث من الحوارات مع المبحوثين أفراد العينة حول تصورهم للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية والفلاح المصرى هو الميل العام لدى المبحوثين لإعطاء إجابات مثالية ، أو إيجابية ، أما بسبب شكلية ، أو عدم أهمية القضية موضوع الحوار من وجهة نظرهم ، وبالتالي محاولة مجازاة الباحث وإعطائه انطباعات خاطئة وغير حقيقية ، أو واقعا فى هذا المجال ، ولما بسبب الطابع السلبي الغالب فى تعرض القرويين لمضامين أجهزة الإعلام ، وتضاؤل قدرة العديد منهم على الحوار أو التفاعل مع هذه المضامين التى ينفصل معظمها عن واقع ممارسات حياتهم اليومية .

وأيا كان الأمر ، فقد كان من المفيد أن نختم الحوار مع المبحوثين - أفراد عينة البحث - بطرح السؤال العام التالى عليهم : "ياترى إنت شايف إن الراديو والتلفزيون والجرائد بتأثر فى الناس ؟ وقد أقرت الغالبية العظمى من المبحوثين فى

استجاباتهم لهذا التساؤل بتأثير أجهزة الإعلام الثلاثة في مجتمع القرية .
ويوضح الجدول رقم (٧٢) هذه الحقيقة .

جدول رقم (٧٢)
إقرار الباحثين بمدى تأثير أجهزة الإعلام

الإقرار	التكرار	%
تقريبا	٣٩٣	٧٧,٢
أحيانا	٣٢	٦,٢
لا تقريبا	٨٤	١٦,٦
إجمالي	٥٠٩	١٠٠

وتشير بيانات الجدول إلى أن الغالبية العظمى من الباحثين (٣٩٣) مبحوثا بنسبة (٧٧,٢٪) ترى أن أجهزة الإعلام تؤثر في الناس ، في حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنها أحيانا متأثرة أو لا تتأثر على الإطلاق عن (٦,٢٪) و (١٦,٦٪) فقط على الترتيب .

وبحسب كيفية هذا التأثير ، أشار الباحثون الذين أقرؤا بحوث التأثير إلى "تعلم حاجات وخبرات منها" (١٥٣) تكرارا ، "والمسلسلات والأفلام التي يتعظ منها الناس" (٩٧) تكرارا ، "ومن خلال البرامج التعليمية والصحية والدينية" (٨٧) تكرارا . وأشار (٥٩) مبحوثا تحديدا إلى قدرة التلفزيون على التأثير للملازمة وتقديم موضوعاته بالصوت والصورة ، كما نوه هؤلاء الأفراد (٣٦) مبحوثا إلى تقليد الأفراد وبالذات الأطفال لما يعرض في أجهزة الإعلام . وهي كلها بيانات تشير إلى انحصار غالبية تأثيرات أجهزة الإعلام في الجوانب المعرفية دون السلوكية ، وحيث تقف عقبات كثيرة أمام توظيف هذه المعارف المكتسبة في دنيا الواقع ، مما يجعلنا نؤكد في النهاية تراجع التأثير الفعلي الذي

تلتعبه أجهزة الإعلام في السلوك العملي للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تدعيمي أكثر منه تغييرى في مجتمع القرية .

فإذا تجاوزنا الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الجمعى ، نجد أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٥٤٪) نفى حدوث عقد أى لقاء عام في القرية لمناقشة موضوع معين ، كما لم تتم أية عروض سينمائية أو مسرحية ، ولم يحدث أن مرت بالقرى الأربع قوافل ثقافية للتوعية بموضوع معين . وقد تبين وجود علاقة ارتباطية دالة بين النوع ودرجة الإقرار بحدوث مثل هذه الأشكال الاتصالية (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٨) . فالذكور أكثر إقرارا بحدوث هذه اللقاءات الاتصالية من الإناث * ، حيث تصل نسبة الإقرار بحدوثها بينهم إلى (٢٩٪) ، فى مقابل (١٥٪) فقط بين الإناث ، وتصل نسبة عدم الإقرار بين الذكور إلى (٧١٪) ، وترتفع هذه النسبة بين الإناث لتصل إلى (٨٥٪) ، مما يشير إلى تراجع الاحتكاك الاتصالى العام للإناث فى مجتمع القرية بالمقارنة بالذكور .

وأيا كان الأمر ، فقد أكد (٨٤) مبحوثا بنسبة (٦٥٦٪) من إجمالى الأفرادالذين أقروا بحدوث اللقاءات الاتصالية الجمعية بقرى البحث الأربع ، أنهم حضروا هذه اللقاءات ، فى حين نفى (٤٤) مبحوثا منهم حضورها بسبب ضيق الوقت والمشغولية ، على حد تعبيرهم . ومرة أخرى تظهر التحليلات الإحصائية ، وجود علاقة دالة بين النوع وحضور اللقاءات الجمعية فى مجتمع القرية (كأ^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١) ، حيث يزيد الميل النسبى للذكور لحضور هذه اللقاءات بالمقارنة بالإناث ، فتصل نسبة الحضور بين الذكور إلى (٧٣٪) فى مقابل (٣٧٪) لدى الإناث * . كما تبين وجود علاقة بين المهنة وحضور اللقاءات الجمعية التى

* راجع بيانات الجدول رقم (٢٣) ملحق رقم (٢) .
** راجع بيانات الجدول رقم (٢٤) ملحق رقم (٣) .

يتم الدعوة لها فى القرية ، حيث يزيد الإقبال على حضورها بين فئات : التجار (١٠٠٪) والموظفين ، (٨٧٪) ، والمهنيين (٨٣٪) ، ويتشامل هذا الحضور بين فئات : الحرفيين (٢٥٪) ، والطلاب (٣٣٪) ، والفلاحين (٦٢٪) وهكذا * .
ويعتبر النظرة عن التمايزات النوعية أو المهنية فى حضور اللقاءات الاتصالية الجمعية فى مجتمع القرية ، فقد اكتفى من أقر بحضور مثل هذه اللقاءات - على قلتها - بالإشارة إلى أنها "كويسة" ، دون تحديد أوجه استفادته منها ، أو أى تبنى لفكرة أو تغيير لعادة أو سلوك ترتب عليها . مما يؤكد فى النهاية - مع البيانات المشار إليها أننا حول فعاليات أجهزة الاتصال الجماهيرى - ترحل بناء الاتصال فى مجتمع القرية ، وعجزه عن القيام فى الوقت الراهن بأية مساهمات أو أدوار حقيقية فى مجريات التغيير فى القرية المصرية .

• راجع بيانات الجدول رقم (٢٥) ملحق رقم (٣) .

الفصل الرابع

مناقشة النتائج والتصور المستقبلى

أولا : مناقشة النتائج

حاول العرض السابق ، وصف وتشخيص بناء الاتصال فى القرية المصرية من زوايا عديدة : حجم وسلوك تعرض القرويين لوسائل الاتصال الجماهيرى ، وفعاليات أشكال الاتصال المختلفة فى مجتمع القرية ، وطبيعة ووقع التأثيرات القيمة لوسائل الإعلام فى القرية المصرية . وعلى ضوء ما أسفرت عنه نتائج العمل الميدانى حول هذه الجوانب ، تظهر مجموعة من الحقائق يمكن بلورتها على النحو التالى :

التعرض لأجهزة الإعلام

على الرغم من الانتشار الواسع لمختلف أنواع أجهزة الاتصال الجماهيرى فى القرية المصرية ، وانبهار القرويين بهذه الأجهزة ، والسعى خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات لحيازتها ، والتعرض المكثف لها ، فإن موجة هذا الانبهار قد انكسرت حديثها فى المرحلة الحالية لعوامل شتى ، يأتى على رأسها المشغولية ، وضيق وقت الفراغ ، وانحصار دائرة اهتمام غالبية القرويين فى تدبير قوت يومهم ومواجهة مشكلات حياتهم اليومية ، وانفصال جل مضمون هذه الأجهزة عن واقع الحياة

ومجريات التغيير فى القرية المصرية ، وتجاهل الاحتياجات الإعلامية الجديدة التى تفرضها مجريات هذا التغيير . وحدث تغير واضح فى حجم وسلوك تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، ويميل هذا التغيير فى اتجاه التعرض السلبي ، ومحدودية وقت التعرض ، والاكتفاء بالتوظيف الترفيهى لهذه الأجهزة والفرجة على ممارسات النخبة ، دون التفاعل مع هذه المضامين ومؤشرات ذلك أظهرتها المعطيات التالية :

١ - لا يتعرض بشكل منتظم للتلفزيون سوى نصف عينة المبحوثين (٢٥٨) مبحوثاً بنسبة (٥٠.٧٪) ، فى حين أن النصف الآخر يتعرض له بظروفها أو لا يتعرض له على الإطلاق ، لأسباب تعود إلى عدم حيازة الجهاز ، والمشاكل وضيق الوقت ، وتحريم الفرجة على التلفزيون بسبب بعض المشاهد المخلة التى يقدمها . وأظهرت البيانات التباين الواضح فى معدلات تعرض المهن المختلفة للتلفزيون تبعاً لتباين درجة مشغولية أفراد كل مهنة ، حيث يقل تعرض فئات : التجار والحرفيين ، والمهنيين المنتظم للتلفزيون ، وتزيد معدلات هذا التعرض بين فئات : الموظفين ، والطلبة ، والعمال .

وقد خلص البحث فى هذا المجال إلى أنه فى إطار المشغولية لدى جميع الفئات المهنية بالقرية ، والسعى لتدبير نفقات الحياة المتزايدة ، والعمل بأكثر من مهنة طوال اليوم ، وتفاقم الأعباء الملقة على عاتق المرأة الريفية ، فإن الفترة المسائية تكاد تكون هى الفترة الوحيدة التى ينحصر خلالها تعرض القرويين ، على اختلافهم للتلفزيون ، ويتضائل إلى حد كبير تعرضهم لبرامجه خلال فترات الإرسال الأخرى ، وبالأوقات الفترة الصباحية أو السهرة ، على عكس ما يشاع من كتابات فى هذا المجال ، حول سهر الفلاح ، حول التلفزيون وإهماله لعمله .. الخ . كما أشارت البيانات إلى ،

أن معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة لدى قطاع واسع من القرويين ، وأن نسبة تعرض القروي لساعتين أو أكثر للتلفزيون لا يتجاوز (٢٠٪) من إجمالي المشاهدين لهذا الجهاز الاتصالي . وهي كلها بيانات تشير إلى الانخفاض الواضح والمستمر في ارتباط القرويين بالتلفزيون كقناة اتصال ، بالمقارنة بالفترات السابقة التي أعقبت دخوله وانتشاره في مجتمع القرية .

كما أظهرت تقصيلات مشاهدة القرويين لبرامج التلفزيون غلبة التوظيف الترفيهي لهذه الوسيلة الاتصالية ، فقد حظيت الأفلام والمسلسلات على المرتبة الأولى في هذا التفضيل (٢٨٩٪) ، يليها البرامج الدينية والقرآن الكريم (٢٠٪) ، ثم نشرة الأخبار (١٧٩٪) . وتبنت بعد ذلك معدلات تفضيل بقية البرامج ، وهو ما يؤكد من ناحية انحصار وقت التعرض للتلفزيون ، وتركزه في الفترة المسائية من ناحية ، والميل العام للتوظيف الترفيهي لهذه الوسيلة الاتصالية ، والإلمام من خلالها بممارسات النخبة السياسية . وكان من اللافت للانتباه في بيانات هذا الجانب هو الانخفاض الشديد في تعرض القرويين للبرامج الريفيه والإرشاد الزراعي ، حيث لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى تعرضهم لمثل هذه البرامج عن (٢٢) مبحثاً بنسبة (٢٩٪) فقط من إجمالي تكرارات تقصيلات مشاهدة برامج التلفزيون . وكان ذلك مؤشراً مهماً على محدودية الدور الذي تلعبه هذه البرامج في إمداد الفلاحين بالمعلومات الزراعية .

وقد أشارت البيانات إلى الارتفاع النسبي الملحوظ في إقبال القرويين على مشاهدة المسلسل العريي اليومي في التلفزيون ، حيث وصلت نسبة هذه المشاهدة إلى (٦٩١٪) من إجمالي أفراد عينة البحث الذين يشاهدون التلفزيون، ويتزايد هذا الإقبال بقرى وجه قبلي بالمقارنة بقرى وجه بحري ،

وفى القرى (التابعة) بالمقارنة بالقرى (الأم) ، وذلك بسبب تعدد النشاط المهني بالقرى (الأم) ، وشدة المشغولية ، وضيق وقت فراغ الأفراد بها . كما لوحظ تزايد إقبال فئات الفلاحين ، والعمال ، والطلبة على الانتظام فى مشاهدة هذا المسلسل بالمقارنة ببقية الفئات المهنية ، حيث تصل نسبة هذا الانتظام بينهم إلى (٧٤٪) لدى كل من الفلاحين والعمال و(٦١٪) لدى الطلبة ، ويتخفف هذه النسبة لدى فئات الحرفيين ، والمهنيين والتجار ، لتصل إلى (٢٥٪) و (٥٤٪) و (٥٧٪) على الترتيب ، بسبب المشغولية ، كما أشرنا من قبل ، وعدم انتظام وقت الفراغ لدى أفراد هذه المهن الأخيرة وللمسبب نفسها - تقريبا - يترادى تعرض الإناث للمسلسل العربى اليومى بالمقارنة بالذكور حيث تصل نسبة الانتظام فى هذا التعرض بينهم إلى (٨٤٪) مقابل (٦٢٪) بين الذكور .

وعلى المستوى اللفظى ، عبرت الغالبية العظمى من الباحثين عن رأيها فى هذه المسلسلات بأنها "كويسة" ، مع عجز واضح فى تحديدها لنوعية الاستفادة منها : "أهى كويسة وخلاص يابيه" ، "وعش عارف" ، "الواحد بيتفرج وينيسط وخلاص" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى اكتفاء الباحثين بالمشاهدة ، دون أن تكون هناك استفادة حقيقية على الأقل يعيها الباحثون . ومع ذلك فقد تلاحظ تنامي اتجاهات عدائية ، وبالذات لدى أرياب الأسر تجاه هذه المسلسلات بسبب ما يرد خلالها أحيانا من مشاهد ، يعتبرها القرويون خروجاً عن المألوف والتقاليد والثقافة السائدة . ومع أن هذه الاتجاهات مازالت محدودة ، وفى طور الاستجابات اللفظية ، مع استمرارية مشاهدة أصحابها لهذه المسلسلات ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، إلا أن خطورتها تكمن فى اتجاهها

لتحريم الفرجة على التلفزيون برمته ، وتنشط قنوات اتصال أخرى (مثل أئمة المساجد ، وشروط التسجيل) لتدعيم هذا الاتجاه بين القرويين .

ومع أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٨٨,٢٪) من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون ، والبالغ عددهم (٤٧٦) مبحوثاً ، قد أقرت على المستوى اللفظي ، أن المسلسلات التي ترد في التلفزيون والمرتبطة بحياة الريف والفلاحين تعبر عن واقع حالهم ، إلا أن تعميق الحوار معهم بطرح السؤال ازاى ؟ ، أحدث ارتباكاً واضحاً وعدم قدرة على التحديد ، ومال العديد منهم إلى التهرب أو المراوغة ، وردوا استجابات من قبيل : "بيعلموا مشاريع حلوه ، ومش عارف ، بيعلموا عن المشاكل" إلى غيرها من الاستجابات غير محددة المعنى ، والتي تشير إلى عدم دقة استجاباتهم اللفظية في هذا المجال . ربما بسبب تعرضهم السلبي لهذه المسلسلات ، والاكتفاء بالفرجة دون تفاعل وجداني معها .

وفي الاتجاه نفسه ، مالت الغالبية العظمى من المبحوثين (٣١٩) مبحوثاً بنسبة (٦٦,٩٪) للإقرار بتعرضهم لبرنامج سر الأرض الذي يستهدف الإرشاد الزراعي ، وترويج المعلومات الزراعية الصحيحة بين الفلاحين . كما أقرت الغالبية بنسبة (٨٧,٥٪) بملامة توقيت إذاعة البرنامج ، وعبرت نسبة أكبر (٩٨,٥٪) عن رأيها في البرنامج وأكدت أنه "مفيد وكويس" .

وكان واضحاً للبحث عدم دقة مثل هذه الاستجابات أو البيانات ، وميلها العام للمبالغة ، ومحاولة المبحوثين مجارة الباحث وإعطاء انطباع خاطئ عن واقع الحال من خلال الرد بإيجابية دائماً على تساؤلاته فبدية لم يتجاوز عدد المبحوثين الذين أقرروا من قبل بتفضيل تعرضهم لبرنامج

الفلاحين والإرشاد الزراعي عن (٣٣) مبحوثا بنسبة (٢٩٪) فقط من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون . كما أظهر تعميق الحوار مع المبحوثين ، وبالأذات جماعة الفلاحين المعنيين أصلا بالبرنامج أن غالبيتهم ليس لديه معرفة حقيقية بساعة ويوم إذاعة البرنامج ، أو إعادة إذاعته ، وأن تعرضهم للبرنامج كثيرا ما يأتي عرضا وبالمصانفة البحتة . وخلص البحث في هذا الجانب إلى أن درجة استفادة القرويين في الواقع الفعلي من البرنامج محدودة ، حيث كثيرا ما تأتي التوصيات غير واقعية ، أولا تتوفر الإمكانيات المتاحة لتطبيقها ، وأن الأمر لا ينعو لدى بقية الفئات أن يكون مجرد فرجة واستمتاع بالدراما الهزلية أو الساخرة التي عادة ما يتضمنها البرنامج ، والتي تتجه ناحية تدعيم الصورة التقليدية الشائعة حول بلاهة الفلاح ، وانغلاقه ، وجموده ... الخ .

وحول إعلانات التلفزيون ، أظهر البحث أن الغالبية العظمى من القرويين (٣٩٢) مبحوثا بنسبة (٨٣٫٦٪) من إجمالي المبحوثين الذين يشاهدون التلفزيون تتعرض بانتظام إلى هذه الإعلانات . وجاء ذلك ليس نتيجة رغبة حقيقية ، حيث لا تتجاوز هذه الرغبة طبقا لتفضيلات القرويين لمشاهدة برامج التلفزيون عن (١٫٦٪) من إجمالي المبحوثين ، وإنما جاءت بسبب الرغبة في مشاهدة المسلسلات أو الأفلام أو المباريات الرياضية أو خلال التهيؤ لمشاهدتها ، والتي - عادة - ما يسبق إذاعتها تخصيص فقرة إعلانية غير محددة المدة . وقد أبدى المبحوثون مواقف متناقضة إزاء هذه الإعلانات . فبينما أشار البعض إلى أنها "كويسة" ، عبر البعض الآخر عن تيرمه منها بسبب كثرتها وطول وقتها ، والملل منها . ومع ذلك ، فقد أبدت الغالبية (٣١٧) مبحوثا بنسبة (٧١٫٧٪) رغبتها في شراء ما يرد في

الإعلانات من أصناف الأطعمة والمشروبات والأجهزة والسلع المختلفة .
وتتحرك هذه الرغبة أكثر لدى الذكور بالمقارنة بالإناث . فلدى الذكور تصل
هذه الرغبة إلى (٦٦٪) ، فى حين لم تتجاوز لدى الإناث نسبة (١٧٪) ، كما
تطمح فئات المهنيين ، والفلاحين ، والتجار أكثر فى شراء ما يريد فى
الإعلانات ، بالمقارنة بفئات : الحرفيين والموظفين والعمال والطلبة . وكان
اللافت للنظر فى البيانات فى هذا المجال هو الميل العام لدى المبحوثين
بنسبة (٦٨٪) لتأكيد قدرتهم المادية على شراء مايريد فى الإعلانات ، ربما
بدافع الرغبة فى عدم الظهور بمظهر العاجز . وخلص البحث هنا إلى أن
الإعلانات التليفزيونية ، زودت القرويين بمعرفة عريضة بأنواع مختلفة من
الأطعمة والمشروبات والسلع الاستهلاكية التى لم تكن مألوفة من قبل فى
القرية المصرية ، واستطاع العديد منهم ترديد أسماء الكثير من الأطعمة
والمشروبات التى أصبحت تمثل عادات غذائية مألوفة ومطلبا لجميع
القرويين ، وبالأذات الأطفال ، خصوصا مع توافرها بمحلات القرية ،
وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية ، وموضع شكوى من
أرباب الأسر . كما زادت معارف النساء القرويات من خلال إعلانات
التليفزيون بالكثير من أنواع البرقانات والصابون والشامبو ، وأصبح البعض
منهن يستخدمها بالفعل ، ويتجهن إلى شرائها ، خصوصا فى حفلات
الزواج والمناسبات السعيدة . ومع ذلك ، يبقى العديد من السلع والأجهزة
الاستهلاكية وأصناف الماكولات الفاخرة التى ترد فى إعلانات التليفزيون ،
وتعجز دخول غالبية القرويين عن شرائها ، ويكتفون فى ذلك بالمشاهد التى
يصحبها مشاعر متباينة من الرغبة والحد الاجتماعي .

ويتعرض غالبية المبحوثين (٩٥٦٪) لإعلانات تنظيم الأسرة فى

التليفزيون : وعبروا بإيجابية عن هذه الإعلانات ووصفوها بأنها : "مفيدة وكويسة" بنسبة (٩١٫٧٪) ، وذلك بصرف النظر عن مدى انعكاس هذه الآراء على السلوك أو الممارسة الفعلية لفكرة تنظيم الأسرة فى دنيا الواقع . وحيث تبدو الفجوة واسعة بين حقيقة ما يبديه الفرد من رأى فى هذا الموضوع ، وبين مواقفه أو ممارسته الفعلية ، وهو أمر يتطلب المزيد من البحث فى هذا المجال .

وقد أظهر البحث أن الطابع الجمعى هو الطابع المسيطر على مشاهدة القرويين للتليفزيون . فقد أشار (٤٢١) مبحوثا بنسبة (٨٨٫٤٪) إلى أن مشاهدتهم للتليفزيون - عادة - ما تتم بحضور أفراد الأسرة أو الأقرباء أو الأصدقاء ، وخلال المشاهدة تميل الغالبية بنسبة (٦٧٫٢٪) لمناقشة ما يعرض أمامهم ، وهى نتيجة لها أهميتها ، خصوصا عند مناقشة قضية تأثير التليفزيون فى القرية المصرية ، وحيث تلعب الآراء الشخصية والعلاقات الاجتماعية دورها البالغ فى إعاقة أو تسهيل تأثير المضامين التليفزيونية .

٢ - تشير البيانات إلى تراجع نسبى ملحوظ فى معدلات تعرض القرويين للراديو . فهناك (١٠٠) مبحوث بنسبة (١٩٫٤٪) لا يسمعون الراديو على الإطلاق ، كما أن هناك (١٥٩) آخرين بنسبة (٣١٫٢٪) من أفراد عينة البحث لا تسمعه إلا حسب الظروف ، فى حين لا يداوم على سماع الراديو سوى (٤٩٫٤٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث ، ويعود هذا التراجع فى معدلات التعرض للراديو فى القرية المصرية ، فى المقام الأول ، إلى عدم حيازة جهاز الراديو ، وضيق الوقت والمشغولية ، وتفضيل مشاهدة التليفزيون .

وأظهر الحوار مع الباحثين حول تفضيلات تعرضهم لبرامج الراديو أن تغيراً أساسياً قد حدث فى توظيف القرويين لهذا الجهاز الاتصالى ، فعوضاً عن التوظيف السياسى ومتابعة الأحداث السياسية ، وقرارات الحكومة ... الخ ، على النحو الذى كان سائداً من قبل ، فإن مثل هذا التوظيف لم يعد يتجاوز حالياً (١٧٦٪) من إجمالى تفضيلات القرويين من برامج الراديو ، وأصبح الليل العام يتجه لتفضيل الاستماع إلى القرآن الكريم ، والبرامج الدينية ، ولها الأولوية المطلقة (٢٩٤) تكراراً بنسبة (٣١٦٪) ، ثم المضامين الترفيهية أو الخيالية ، مثل الأغانى والمسلسلات الإذاعية بنسبة (١٣٢٪) و(١٣١٪) على الترتيب لكل منهما . وتنبت بعد ذلك تفضيلات القرويين لبقية برامج الراديو ، حيث نجد - مثلاً - أن برامج الإرشاد الزراعى لايتجاوز تفضيل التعرض لها بين القرويين عن (١٤٪) فقط ، الأمر الذى يشير إلى محدودية استفادة القرويين ، وبالأذات الفلاحين من هذه البرامج . كما لم تتجاوز نسبة تفضيل التعرض لبرامج المرأة والطفل - على أهميتها - عن (٤٢٪) ، والبرامج الثقافية عن (٢٦٪) ، وهى جميعها بيانات تشير إلى محدودية المهام التى يقوم بها الراديو فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن .

وكان من الطبيعى إزاء تركيز التعرض على البرامج الدينية ، والأغانى ، والموسيقى ، والمسلسلات الإذاعية ، أن تعبر الغالبية العظمى من القرويين بنسبة (٩٣٧٪) عن رأيها فى برامج الراديو وتصفها بأنها : "كوبسة ومفيدة" .

واتساقاً مع هذه البيانات ، جاءت إذاعة القرآن الكريم على رأس المحطات الإذاعية المفضلة فى الراديو لدى القرويين بنسبة (٣٢٢٥٪) ،

وولى ذلك إذاعة مصر - على حد تعبير المبحوثين - بنسبة (١٩,٧٧٪) ،
 وإذاعة الشرق الأوسط بنسبة (١٧,٥٧٪) ، وصوت العرب بنسبة
 (١١,٣٣٪) ، ومحطة أم كلثوم بنسبة (٤,٧٤٪) ، وتدنى بعد ذلك تفضيل
 تعرض القرويين لبقية المحطات الإذاعية . وكان اللافت للنظر فى البيانات
 هنا هو اختفاء إشارة المبحوثين لأية تفضيلات لإذاعة وسط الدلتا أو إذاعة
 شمال الصعيد ، والتين تعملان فى نطاق الحيز الجغرافى الذى تقع فيه
 القرى الأربع التى يطبق فيها البحث . كما تلاحظ الانخفاض الشديد فى
 استجابات المبحوثين التى تشير إلى تفضيل التعرض للمحطات الأجنبية ،
 حيث لم يتجاوز تفضيل التعرض لراديو لندن عن (٢,٨٪) ، وإسرائيل عن
 (٨,٢٪) ، ومونت كارلو عن (٠,٦٩٪) ، وهو أمر واضح الدلالة ، ويشير
 إلى التراجع الشديد فى فاعلية هذه المحطات الإذاعية فى مجتمع القرية .
 وقد كشف تعميق الحوار مع المبحوثين حول مركز الإذاعات المحلية ،
 عن الوضع المتردى لهذه الإذاعات فى بناء الاتصال بالقرى الأربع . فكما
 أشرنا من قبل انتفت تماما ورود أية استجابات تفيد تفضيل القرويين
 التعرض لهذه الإذاعات ، كما تبين أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة
 (٦٩,٨٪) لا تعرف أن هناك إذاعة محلية تخدم محافظتهم ، ومن يعرف
 منهم هذه الحقيقة (١١٣) مبحوثا بنسبة (٣,٠٢٪) ، لا يستمع أغلبهم
 (٧٤) مبحوثا بنسبة (٦,٠٪) إليها على الإطلاق . وخلص البحث فى هذا
 الجانب إلى حقيقة مؤلة ، هى أن حجم تعرض عينة البحث والبالغ عددها
 (٥٠٩) مبحوثا للإذاعات المحلية التى تعمل بمحافظتى البحث وهما إذاعة
 وسط الدلتا ، وشمال الصعيد ، لا يتجاوز (٩,٦١٪) ، وهو أمر يتناقض مع
 العديد من الكتابات التى تفرط فى الحديث عن الدور البالغ الذى تلعبه

الإذاعات المحلية فى القرية المصرية . وردد المبحوثون فى أسباب عزوفهم عن الاستماع إلى الإذاعات المحلية استجابات من قبيل : " مافيش وقت يابيه ، لا أهتم بها ، الإرسال لا يأتى فى الراديو ، حقول إيه يعنى الإذاعة دى " إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى الميل العام للتقليل من شأن هذه الإذاعات ، أو أثرها فى حياة هؤلاء الأفراد .

وكما أشرنا آنفا ، فإن وضع الإذاعات الأجنبية لا يقل سوا عن مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع . فهناك (٢٨٨) مبحثا بنسبة (٧٠.٢٪) من إجمالي المبحوثين الذين يستمعون إلى الراديو والبالغ عددهم (٤٠٩) مبحث ، لا يستمعون إطلاقا إلى هذه الإذاعات . وأظهرت البيانات تميز الذكور عن الإناث فى هذا المجال ، حيث يميل الذكور للتعرض للإذاعات الأجنبية أكثر من الإناث القرويات . ف لدى الذكور تصل نسبة الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية (٣٩٪) فى حين لا تتجاوز هذه النسبة لدى الإناث (١١٪) ، كما ترتفع نسبيا درجة الاستماع إلى هذه الإذاعات بين فئات الموظفين ، والمهنيين ، بالمقارنة بسائر الفئات المهنية .

وقد حظيت إذاعة لندن على المرتبة الأولى فى تفضيلات تعرض القرويين للإذاعات الأجنبية (٩١) تكرارا ، ويلي ذلك ويفارق كبير إذاعة مونت كارلو (٤٢) تكرارا ، وفى المرتبة الثالثة ، إذاعة إسرائيل (١٥) تكرارا ، وصوت أمريكا (١٤) تكرارا ، وإذاعات عربية (٩) تكرارات . وقد أرجع المبحوثون أسباب تعرضهم لهذه الإذاعات إلى دقة أخبارها وموضوعيتها ، وسرعة تغطيتها للأحداث ، وتقديم الأغاني القديمة ، واحترام عقلية المستمع إلى غيرها من الاستجابات التى تفسر أسباب اللجوء إلى

هذه الإذاعات وإهمال الإذاعات الوطنية ، وبالأذات فى وقت الأزمات والأحداث المهمة ، فى حين يتدنّى وضعها - كما أشرنا من قبل - فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية فى الأحوال العادية .

٣ - أظهر البحث الانخفاض الملحوظ فى درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد . فقد كان هناك (١٩٣) مبحوثا بنسبة (٣٨٪) لا يعرفون القراءة ، و(٥٥) مبحوثا بنسبة (١٠٦٪) يعرفون القراءة ، ولكنهم لا يتعرضون للجرائد ، و(١٢٠) مبحوثا بنسبة (٢٣٧٪) يتوقف هذا التعرض على الظروف والمصادفة ، وهى استجابة تلاحظ أن المبحوثين يميلون إلى ترديد عواضا عن النفى . فى حين لا تتجاوز نسبة الانتظام فى التعرض لقراءة الجرائد عن (٢٧٪) من إجمالى المبحوثين .

وقد تلاحظ وجود علاقة بين الخصائص النوعية والمهنية والجغرافية ، ودرجة التعود على قراءة الجرائد . فالذكور أكثر تعودا على قراءة الجرائد من الإناث . كما تزيد درجة التعود هذه فى قرى وجه بحرى بالمقارنة بقرى وجه قبلى ، وبالقرى (الأم) بالمقارنة بالقرى (التابعة) ، كذلك تزيد بين فئات المهنيين ، والطلبة والموظفين وتنخفض نسبيا بين فئات الحرفيين والفلاحين ، والعمال ، والتجار . وكان العامل الحاكم فى كل ذلك هو المستوى التعليمى ، وسهولة المواصلات ، وتعدد الأنشطة المهنية ، ومدى توافر وقت الفراغ أو المشغولية .

كما تلاحظ أن هناك (٢٠) مبحوثا بنسبة (٣٦٣٪) من إجمالى الأفراد الذين لا يقرءون الجرائد قد توقفوا نهائيا عن قراءة الجرائد ، رغم تعودهم السابق على قراعتها ، بسبب ارتفاع أسعارها ، وعدم وجود وقت ، والانصراف للراديو والتلفزيون عوضا عنها .

ومع الانخفاض فى معدلات التعرض للجرائد ، إلا أن الجانب الأكبر من المبحوثين الذين يقرءونها ، ما يزال ينظر إليها باعتبارها مصدرا أساسيا لمعرفة الأحداث والأخبار الجارية ، والتي ينبغي أن يلم بها الفرد ، حتى ولو لم تكن صادقة أو حقيقية .

وقد أظهر البحث أن الجانب الأكبر من المبحوثين (١٧٣) مبحثا بنسبة (٦٦.٣٪) له جريدة مفضلة ، ويتم الحصول عليها فى الغالب عن طريق الشراء بنسبة (٨٢.٤٪) ، ويلي ذلك استعارتها من الآخرين بنسبة لم تتجاوز (١٣.٥٪) ، واختفت تماما نسبة الحصول على الجرائد عن طريق الاشتراك .

وتظهر البيانات انخفاض إقبال القرويين على الجرائد الحزبية . فمن إجمالى (٢٦٠) مبحثا يقرءون الجرائد فى عينة البحث ، يوجد (٩٢) مبحثا بنسبة (٣٥.٤٪) فقط أقرءوا بتعرضهم للجرائد الحزبية مع تميز نسبى للذكور هنا بالمقارنة بالإناث ، بسبب عزوف المرأة الريفية عن الانخراط فى العمل السياسى ، وسيادة تصور بين القرويين يربط بين قراءة الصحف الحزبية والسياسة . فى حين نفى (١٦٨) مبحثا بنسبة (٦٤.٦٪) ، تعرضهم للجرائد الحزبية ، وإن كان بعض مضمونها يصل إليهم بصورة أو بأخرى عبر الاتصالات الشخصية فى بعض الأحيان ، وبالذات فى وقت الأزمات ، حيث ترتفع نسبيا كثافة التعرض لهذه الجرائد .

وتعود أسباب الإقبال على قراءة الجرائد الحزبية - فى المقام الأول - إلى الرغبة فى التعرف على رأى المعارضة بنسبة (٢٧.٣٪) ، والاعتقاد فى نقة أخبارها بنسبة (٢٠.٥٪) وتميزها عن الجرائد الأخرى بنسبة (١٨٪) .

كما يأتى عدم الإقبال على قراءة هذه الجرائد بسبب عدم القدرة على شراء هذه الجرائد أو الحصول عليها بنسبة (١٩٪) ، والمشغولية وضيق الوقت بنسبة (١٥٤٪) ، ثم بسبب ميلها العام للمبالغة بنسبة (١٣٣٪) ، وعدم تقديمها للجديد أو أهمية أخبارها الخ .

ومع ذلك ، فقد ردد (٤٨) مبحوثا ممن نفوا قراحتهم للجرائد الحزبية بنسبة (٢٥٪) استجابات أخرى لها دلالتها من قبيل القول : "ماليش هواية فى السياسة ، مش عاوز أدخل نفسى فى مشاكل أنا فى غنى عنها ، ماليش قيه ، بأحس أنها سياسة مش أفهم فيها" ، إلى غيرها من الاستجابات التى تشير إلى فقدان رغبة هؤلاء الأفراد فى المشاركة السياسية من ناحية ، وسيادة تصور لديهم ، يربط بين قراءة الجرائد الحزبية والانخراط فى العمل السياسى ، الذى يعنى فى تصورهم جر مشاكل على الفرد !!

وقد كشفت النتائج انحصار دائرة اهتمام القرويين بالموضوعات المثارة فى الجرائد بصفة عامة ، فهى لا تتجاوز ثلاثة إلى أربعة موضوعات لدى القارئ الواحد على أكثر تقدير ، وكثيرا ما كان المبحوث يمكث فترة طويلة نسبيا لتذكر أى الموضوعات التى يقبل عليها . وقد تبين بوضوح سيادة الميل العام للاستخدام الترفيهى للجرائد ، عوضا عن الاستخدام التثقيفى لها ، كما كان سائدا من قبل ، حيث تحتل - وحاليا - قراءة الحوادث المرتبة الأولى فى تفضيلات قراءة المبحوث لموضوعات الجريدة (١٢٢) تكرارا ، ثم الأخبار (١٠٨) تكرارا ، وبرامج الإذاعة والتلفزيون (٥١) تكرارا وموضوعات الرياضة (٤٨) تكرارا ، ثم صفحة الاجتماعيات (٣٩) تكرارا ، والعناوين السريعة للموضوعات تون الدخول فى التفاصيل

(٢٨) تكرارا ، والموضوعات الدينية (١٧) تكرارا ، والموضوعات الثقافية ، وفكرة "لمصطفى أمين" ، والوفيات بمعدل (١٠) تكرارات لكل منها ، ومواقف "لأنيس منصور" ، والخط والنجوم (٧) تكرارات ، وأريد عريسا ، ونص كلمة (٤) تكرارات ، وهي كلها بيانات تشير إلى التراجع الملحوظ في نظرة القرويين للجرائد باعتبارها وسيلة للتثقيف ، واختفاء القراءة المتفحصة لكل ما ينشر في الجريدة ، بحيث أن الأعمدة الصحفية ، والافتتاحيات الصحفية ، ومقالات الكتاب ، والتحليلات السياسية ، والتحقيقات والأحداث الصحفية المختلفة لا تحظى بقراءة متعمقة من جانب غالبية القرويين .

ويقراً المجلات (٩٩) مجوئاً بنسبة (٢٨٪) فى حين لا يقرأها (١١١) مجوئاً بنسبة (٦٢٪) . ومع ذلك ، فقد أظهر الحوار مع الأفراد الذين أقرأوا بقاء هم للمجلات حول أسماء المجلات المفضلة لديهم قدرة محدودة لى غالبيتهم على تريد أسماء ثلاث أو أربع مجلات على أكثر تقدير ، وكان الأمر يستغرق بعض الوقت لى العديد منهم لتذكر أسماء هذه المجلات ، وهو مؤشر على محدودية علاقة المبحوئ بهذه المجلات ، أو درجة انتظامه فى قراءتها ، وكان الالفت للنظر هنا هو وروء أسماء بعض المجلات حديثة الظهور ، فقد وريت ، أخبار الرياضة على رأس القائمة (٢٤) تكرارا ، وأخبار الحوائ (٢٠) تكرارا ، وآخر ساعة (١٢) تكرارا ، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١١) تكرارا ، ومجلة أكتوبر (١٠) تكرارات ، وأخبار النجوم (٩) تكرارات ، وحواء (٨) تكرارات ، ثم صباح الخير ، والنور ، والتصوف الإسلامى (٤) تكرارات لكل منها ، وحريتى (٢) تكرارات ، ونصف الدنيا ، والكواكب ، والشباب بمعدل (تكرارين) فقط لكل منها . وقد يعود تريد أسماء المجلات حديثة الظهور إلى الحملات الإعلامية لها بالتليفزيون ،

أو ربما إلى طبيعة مضمونها الذى ينسجم مع المنحى العام لتفضيلات القرويين لموضوعات الجرائد فى الوقت الحالى .

وعلى عكس مركز الإذاعات المحلية فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، يتحسن نسبيا مركز الجرائد المحلية التى تصدر بالمحافظة التى تتبعها قرى البحث . فقد أظهر الجانب الأكبر منه المبحوثين (١٥٤) مبحثا بنسبة (٥٩,٢٪) معرفة بوجود هذه الجريدة ، فى حين لم تتجاوز نسبة من لا تتوفر لديه هذه المعرفة عن (٤٠,٨٪) من إجمالى المبحوثين الذين يقرعون الصحف ، مع تمييز نسبى للذكور بالمقارنة بالإناث فى هذا المجال ، حيث تتزايد نسبة المعرفة بوجود الجريدة المحلية بين الذكور لتصل إلى (٦٥٪) فى مقابل (٢٧٪) فقط بين الإناث . ومع ذلك ، وبصرف النظر عن هذه المعرفة ، فإن الجانب الأكبر ممن أقر بمعرفته بالجريدة المحلية لا يقرأ هذه الجريدة (٨٣) مبحثا بنسبة (٥٣,٩٪) ويقرأها أحيانا وحسب الظروف ومدى توفر الجريدة ، وهذا نابرا ما يحدث ، (٣٩) مبحثا بنسبة (٢٥,٣٪) . فى حين لم يتجاوز عدد من يقرأ هذه الجريدة بانتظام عن (٣٢) مبحثا بنسبة (٢٠,٨٪) الأمر الذى يشير إلى تبنى مركز هذه النوعية من الجرائد فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية .

وكان العامل الرئيسى وراء العزوف عن قراءة الجريدة المحلية هو عدم وصولها إلى الأفراد فى القرية ، بنسبة (٤٧,٣١٪) ، وتفضيل المبحوث قراءة الجرائد الأخرى (٢٧,٩٦٪) ، والمشغولية وعدم وجود وقت بنسبة (١٦,١٣٪) ، ومحتوية مستواها الفنى بنسبة (١٤,٥٪) ، وعدم أهمية أخبارها بسبب اطلاع الأفراد بأنفسهم على مجريات الأمور بالمحافظة بنسبة (٢,١٨٥٪) فقط من إجمالى أسباب عزوف القرويين عن قراءة

الجريدة المحلية ، وهى كلها عوامل وأسباب فى حاجة إلى دراسة جديـة لمعالجتها ، بغية تنشيط أداء هذه النوعية من الجرائد لكى تلعب دورها بفاعلية فى بناء الاتصال فى مجتمع القرية .

٤ - أظهر البحث التحسن النسبى الملحوظ فى درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل ، حيث تصل نسبة الانتظام فى الاستماع لها إلى (٤٣٪) من إجمالى المبحوثين أفراد عينة البحث . ومع ذلك ، فقد ظلت هناك نسبة كبيرة إما أنها تسمعها "أحيانا" (٣٦٫٧٪) ، أو لا تسمعها على الإطلاق بنسبة (٢٠٪) .

ومع ذلك ، فإن الجانب الأكبر من عدم الاستماع أو التعود المنتظم على سماع شرائط التسجيل ، يعود فى المقام الأول إلى عدم وجود جهاز تسجيل بنسبة (٢٤٫٣٣٪) ، والمشغولية وضيق الوقت بنسبة (٢٢٫٨٤٪) ، وعدم التعود عليها بنسبة (١٩٫٤٠٪) ، وغلو الشرائط ، وتفضيل التعرض للراديو والتلفزيون بنسبة (١٣٫٤٣٪) ، وهى أسباب يغلب عليها العنصر المادى ، مما يشير إلى إمكانات تعظيم دور هذا النمط الاتصالى فى مجتمع القرية ، إذا ما تحسنت الأحوال المادية للأفراد .

ولا يختلف توظيف القرويين لشرائط التسجيل فى الوقت الراهن كثيرا عن توظيفهم للراديو ، حيث تحتل شرائط الأغانى المرتبة الأولى بنسبة (٤٩٫٩٢٪) ، ولى ذلك شرائط القرآن الكريم بنسبة (٣٤٫٢٧٪) وشرائط القصص بنسبة (٥٫٩١٪) ، وشرائط الذكر والإنشاد الدينى بنسبة (٥٫٩١٪) ، وشرائط الشيخ الشعراوى بنسبة (٢٫٩٥٪) وشرائط الشيخ كشك بنسبة (١٫٣٣٪) من إجمالى تفضيلات تعرض القرويين للأشـواع المختلفة لشرائط التسجيل .

ه - أظهر البحث أن مركز الفيديو فى بناء الاتصال فى قرى البحث الأربع بالغ الضعف والتدنى ، حيث أقر (٤٣٣) مبحوثا بنسبة (٩٠.٩٪) أنهم لا يشاهدون الفيديو على الإطلاق ، ولم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنه أحيانا ما يشاهده أو يشاهده بانتظام عن (٧.٥٪) و(١.٦٪) ، ومجموعهم لا يتجاوز (٤٦) مبحوثا من إجمالى (٥٠٩) مبحوثا أفراد العينة ، الأمر الذى يشير إلى تراجع الأداء الاتصالى لهذا الجهاز فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن .

وتحددت أسباب العزوف عن التعرض للفيديو فى عدم حيابة الجهاز بنسبة (٨٨.٦٪) ، مما يشير إلى الرغبة الكامنة والاحتمالات المستقبلية لتنشيط أداء جهاز الفيديو فى مجتمع القرية ، إذا ما توفرت الإمكانيات المادية لحيازته لدى القرويين ، ويلي عدم الحيازة ، النظر إلى الفيديو باعتباره "كلام فاضى" بسبب طبيعة التوظيف الراهن له ، بنسبة محدودة لم تتجاوز (٥.٦٪) ، وأخيرا المشغولية وعدم وجود وقت بنسبة (١.٩٪) فقط من إجمالى أسباب العزوف عن التعرض للفيديو فى مجتمع القرية .

ويشاهد الفيديو فى مجتمع القرية بصورة أكبر عند الأصدقاء أو الجيران بنسبة (٤٧.٨٪) من إجمالى الأفراد الذين أقرؤا بمشاهدتهم للفيديو ، سواء أحيانا أو بانتظام والبالغ عددهم (٤٦) مبحوثا ، وفى البيت بنسبة (٢٨.٣٪) ، وتدنت إلى أقصى حد نسبة مشاهدة الفيديو فى المقهى ، كما كان الحال من قبل ، حيث لم يتجاوز عدد من أقر بمشاهدته للفيديو فى المقهى عن (حالتين) فقط فى قرى محافظة وجه بحرى .

وقد أظهر البحث سيادة التوظيف الترفيهى للفيديو بين القرويين ، حيث لا يتجاوز الأمر مجرد الفرجة على الأفلام ونفى غالبية المبحوثين ممن

يشاهدون الفيديو ، بنسبة (٩٢.٥٪) تعرضهم لأى أفلام تعليمية أو إرشادية فى الرى أو الزراعة أو كيفية استخدام الآلات .. الخ ، مما يشير إلى تندى التوظيف التعليمى أو الإرشادى لهذه الوسيلة الاتصالية . وعلى المستوى الترفيهى ، أظهر القرويون ميلا واضحا لتفضيل التعرض للأفلام الهندية ولها الأولوية بنسبة (٢٩.١٪) ، ربما بسبب تميزها بالعنف والقوة الخارقة التى تثير إعجاب القرويين ، وبالأذات فئة الشباب ، ويلى ذلك الأفلام المصرية بنسبة (٢٠.٤٪) بسبب عامل اللغة وعدم القدرة على قراءة الترجمة فى الأفلام الأخرى ، والأفلام الأجنبية بنسبة (٨.٧٪) ، وأخيرا ، الأغانى والرقصات بنسبة لم تتجاوز (٢.٢٪) من إجمالى تفضيلات القرويين للتعرض لشرائط الفيديو .

للعلمية نهضة الاتصال المختلفة

١ - مع التراجع الملحوظ فى معدلات تعرض القرويين لأجهزة الإعلام ، وانحصار دائرة اهتمامهم بمضامينها ، وتركز هذا الاهتمام فى الجوانب الترفيهية ، أصبح الجانب الأكبر من القرويين يفضل شغل وقت فراغه - فى حالة وجوده - بعيدا عن أجهزة الإعلام ، مع تميز نسبي بين الوسائل المختلفة فى هذا المجال لصالح التليفزيون ، لتفوقه فى تلبية الرغبة الترفيهية لدى القرويين (الصوت والصورة) . فقد أشار (٢٩٤) مبحوثا بنسبة (٥٧.٨٪) من إجمالى أفراد عينة البحث البالغ عددهم (٥٠٩) مبحوث بقرى البحث الأربع ، بأن أفضل شئ لشغل وقت الفراغ يمكن أن يتم فى الدوشة ، والاحتكاك بالآخرين ، والبحث عن عمل مفيد يدر دخلا ... الخ . وفضل (١٣١) مبحوثا بنسبة (٢٥.٧٪) فقط مشاهدة التليفزيون ، وانخفضت إلى

أقصى حد نسبة تفضيل تمضية وقت الفراغ في الاستماع إلى الراديو أو قراءة الجرائد ، أو الاستماع لشرائط التسجيل ، حيث لم يتجاوز ذلك نسبة (١٠٪) و (٥٠٪) و (١٪) على الترتيب لكل منها . واختفت تماما نسبة التوجه لمشاهدة الفيديو ، وهى بيانات تشير إلى ضعف ارتباط القرويين بأجهزة الإعلام ، أو درجة اعتمادهم عليها ، وبالتالي انخفاض فاعليتها فى مجتمع القرية ، على الرغم من استمرارية تمسكهم بهذه الأجهزة ، وعدم القدرة على الاستغناء عنها فى أى حوار يجرى معهم حولها ، بسبب وظيفتها الترفيهية من ناحية ، وباعتبارها مصدرا متاحا لإلام القروى - إذا أراد - بمجريات الأحداث فى المجتمع خارج نطاق قريته .

٢ - يحتل التلفزيون المركز الأول بين أنماط الاتصال المختلفة فى القرية ، فى حالة رغبة المبحوث التعرف على مجريات الأحداث فى المجتمع ، حيث يتجه لمشاهدته فى هذه الحالة (٢٧٤) مبحثا بنسبة (٥٢٫٨٪) ، ولى ذلك الجرائد بنسبة (١٨٫٣٪) ، ثم الراديو بنسبة (١٥٫٧٪) ، والاتصال الشخصى بنسبة (١١٫٨٪) ، الأمر الذى يؤكد ما سبق الإشارة إليه حول التميز النسبى لهذه الوسيلة الاتصالية فى مجتمع القرية بالمقارنة بأنماط الاتصال الأخرى من حيث درجة الاعتماد عليها فى التزود بمجريات الأحداث .

وفى موضوع تنظيم الأسرة ، يظل التلفزيون الأكثر مصداقية وفعالية من بقية قنوات الاتصال الجماهيرى الأخرى ، فقد أشار (٤١٥) مبحثا بنسبة (٨١٫٥٪) إلى التلفزيون باعتباره المصدر الجماهيرى الأكثر مصداقية فى الحديث عن موضوع تنظيم الأسرة لعوامل تعود فى تصور المبحوثين إلى تقديمه للموضوع بالصوت والصورة ، وعدم مقدرة العديد من

القرويين على القراءة . وكان الالاف للنظر هنا هو التزايد النسبي بين الإناث فى معدلات تصديقهم للتلفزيون فى هذا الموضوع بالمقارنة بالذكور ، حيث تصل نسبة هذا التصديق بينهن إلى (٨٩ر٤١٪) فى مقابل (٧٧ر٨١٪) بين الذكور .

٣ - وعلى مستوى الاتصال الشخصى ، جاء الطبيب ، باعتباره المصدر الأكثر مصداقية وحديثا فى موضوع تنظيم الأسرة بنسبة (٥٨ر٧٤٪) ، ولى ذلك ، شيخ الجامع بنسبة (٣٣ر٢٪) ، وتدنّت بعد ذلك فاعلية بقية المصادر الشخصية فى هذا الموضوع ، مثل المدرس ، أو العمدة ، أو الداية ، أو الجيران ، حيث لم تتجاوز نسبة تصديق هذه المصادر عن (٢٠ر٢٠٪) لكل من المدرس ، والعمدة ، والداية ، و(١٥٧) للجيران والأصدقاء ، ربما بسبب الحياء أو الخجل من الحديث فى هذا الموضوع مع هذه المصادر ، أو عدم اهتمامها أصلا بالحديث عن هذا الموضوع .

٤ - على العكس من موضوع تنظم الأسرة ، الذى احتل فيه التلفزيون المرتبة الأولى بين قنوات الاتصال الجماهيرى ، احتلت الجرائد ، المرتبة الأولى بين قنوات الاتصال الأخرى متفوقة فى ذلك على التلفزيون ، ويفارق كبير فى موضوع السفر والهجرة للعمل بالخارج ، فقد أشار (٢٠١) مبحثا بنسبة (٢٩ر٤٩٪) إلى أن الجرائد هى المصدر الأكثر إفادة فى الحصول على المعلومات حول هذا الموضوع ، فى حين لم تتجاوز نسبة إشارة المبحوثين إلى التلفزيون عن (٢٢ر٢٪) من إجمالى المبحوثين ، وانخفضت النسبة فى الراديو إلى أدنى مستوى فوصلت إلى (٨ر٤٥٪) . وظل هناك عدد كبير (١٥٢) مبحثا بنسبة (٢٦ر٨٦٪) يرى أن هذه الوسائل جميعها لا تقيد فى هذا الموضوع ، وأشاروا فى ذلك إلى تفوق الاتصال الشخصى باعتباره

الأكثر إفادة للقرويين في هذا المجال .

٥ - ظهرت مكاتب السفريات ، والاتصال الشخصي الطبيعي (المعارف) على رأس قائمة المصادر الشخصية في مجال إفادة القرويين في موضوع السفر ، فقد حصل هذان المصدران على (٥٨٥٪) و (٣٢٨٪) على الترتيب لكل منهما ، حيث عادة ما يتردد القروى على مكاتب السفريات للبحث عن فرصة عمل بالخارج أو تسهيل إجراءات سفره ، أو ينزل مندوب عن هذه المكاتب إلى القرى لتسفير العمالة ، وبالذات الفلاحية أو الحرفية . وقد يكتسب الفرد معارفة في هذا الموضوع من الأقارب أو الأصدقاء ، ممن يعملون أو سبق لهم العمل بالخارج . واختفى تماما دور الطبيب الذي احتل من قبل المكانة الأولى بين مصادر الاتصال الشخصي في موضوع تنظيم الأسرة ، الأمر الذي يشير إلى انتفاء وجود قائد الرأى الشمولى ، الذى يفهم فى كل شئى حاليا فى القرية المصرية ، وتعد قادة الرأى بتعدد الموضوعات المختلفة .

٦ - تتراجع مكانة أشكال الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال بالقرى الأربع ، مثل الاجتماعات العامة ، والننوت ، أو المحاضرات أو العروض السينمائية أو المسرحية ، أو القوافل الثقافية التى تسعى للتوعية بموضوع معين ... الخ . فالجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٧٥٤٪) نفى حدوث مثل هذه الأشكال الاتصالية فى القرية . وكان الذكور فى ذلك أكثر إقرارا من الإناث بحدوثها (٢٩٪) للذكور فى مقابل (١٥٪) لدى الاناث ، وكان ذلك مؤشرا على تراجع الاحتكاك الاتصالى العام للإناث فى مجتمع القرية بالمقارنة بالذكور ، ومع ذلك ، فقد أكد (٨٤) مبحثا بنسبة (٦٥٦٪) من إجمالى الأفراد الذين أقرؤا بحوث اللقاءات الاتصالية الجمعية ، أنهم

حضرُوا هذه اللقاءات ، فى حين نفى (٤٤) مبحوثًا منهم حضورها بسبب ضيق الوقت والمشغولية على حد تعبيرهم . ومرة أخرى أظهرت البيانات أن الذكور أكثر إقبالًا من الإناث على حضور هذه اللقاءات العامة فى مجتمع القرية . كما يقبل التجار ، والموظفون ، والمهنيون على حضورها ، وتنخفض نسبة هذا الحضور بين الحرفيين ، والفلاحين والطلاب ، وكان الأهم من ذلك كله ، هو أن من حضر مثل هذه الأشكال الاتصالية اكتفى بالإشارة إلى أنها : "كويسة" ، بون تحديد أوجه استفادته ، أو حدوث تغيير فى رأى أو موقف أو تبنى فكرة بناء على هذه اللقاءات ، الأمر الذى يشير إلى تراجع أداء الاتصال الجمعى فى بناء الاتصال فى القرية المصرية ، ربما بسبب العزوف السائد عن المشاركة ، والعمل التطوعى أو الجماعى ، والميل إلى المصلحة الفردية ... الخ .

٧ - أظهر البحث - فى مجال مقارنة فاعلية أنماط الاتصال المختلفة (الجماهيرية والشخصية) فى المجال الزراعى - أن الاتصال الشخصى (الرسمى والطبيعى) هو الأكثر فاعلية وترويجًا للمعلومات فى هذا المجال بين قنوات الاتصال الجماهيرى ، مع استمرارية التميز النسبى للتليفزيون بين هذه القنوات الأخيرة . فقد أشار (١٨٧) مبحوثًا بنسبة (٣٦,٧٪) أن أعضاء الجمعية التعاونية الزراعية فى القرية هم المصدر الأكثر إفادة فى تلبية حاجة القرويين للمعلومات الزراعية ، ولى ذلك المرشد الزراعى (١٤٣) مبحوثًا بنسبة (٢٨,١٪) ، وفى المرتبة الثالثة جاء التليفزيون (١٠٨) مبحوثًا بنسبة (٢١,٢٪) . والأهمى فى المرتبة الرابعة بنسبة (١٠,٦٪) ، وتبنى إلى أقصى حد نسبة الاعتماد على الراديو أو الجرائد فى الإفادة فى هذا المجال . حيث لم تتجاوز هذه النسبة عن (٢,٢٪) و (٠,٢٪) على الترتيب .

وخلص البحث فى هذا المجال ، إلى صعوبة وضع ترتيب ثابت لمراكز وأنوار أنماط الاتصال المختلفة فى مجتمع القرية فى الوقت الراهن ، حيث يرتبط ذلك بطبيعة الموضوعات المطروحة ، وبصفة عامة كلما كان الموضوع محلًا ، ويرتبط بصميم حياة القرويين ، تتزايد فعاليات وأنوار قنوات الاتصال الشخصى فى ترويج المعلومات ، مع التميز بين مصادر هذه القنوات أيضًا طبقًا لطبيعة المجال أو الموضوع . فإذا كان الموضوع عامًا ، أو قوميا ، تتزايد فعاليات قنوات الاتصال الجماهيرى ، حيث تلعب هذه القنوات دورها فى تزويد القرويين بالمعارف حول الأحداث القومية أو العالمية ، إما مباشرة أو من خلال تغذية قنوات الاتصال الشخصى بها ، لكى تقوم القنوات الأخيرة بترويجها تبعا لطبيعة الحدث ، مع تميز نسبى لجهاز التلفزيون فى الوقت الحالى على بقية قنوات الاتصال الجماهيرى فى هذا المجال .

٨ - أظهر البحث تمسك القرويين الشديد بأجهزة الإعلام ، بصرف النظر عن أية اعتبارات تتعلق بإرائها أو درجة الاعتماد عليها ، فالغالبية العظمى من المبحوثين (٤٣٩) مبحوثًا بنسبة (٨٦٢٪) أقرروا فى الحوار معهم بعدم القدرة على الاستغناء عن الراديو ، فهو فى تصورهم وسيلة متاحة - لمن يريد - معرفة أحوال الدنيا بنسبة (٤١٧٪) ، والتسلية بنسبة (٢٩٨٪) ، وتعلم أشياء جديدة بنسبة (١٣٧٪) .. الخ .

وبالمثل أظهر المبحوثون ميلا عاما لإقرار عدم إمكانية الاستغناء عن التلفزيون ، فقد أقر بذلك (٤١٢) مبحوثًا بنسبة (٨٠٩٪) ، وأرجعوا ذلك إلى اعتماد القرويين عليه فى التسلية فى المقام الأول (٣٤٩٪) ، ومعرفة أحوال الدنيا بنسبة (٢٦٦٪) ، وتعلم أشياء جديدة بنسبة (٢٣٢٪) ،

وكيفية التصرف السليم بنسبة (٤٤٪) ، ولم يتجاوز عدد من أشار إلى إمكانية الاستغناء عن التلفزيون عن (٨٧) مبحثاً بنسبة (١٧٪) فقط من إجمالي المبحوثين أفراد العينة ، وأرجعوا ذلك إلى تضيق الوقت ، وإلهاء الناس في التوافه ، وعدم الاهتمام بمصالح الناس في القرية . ومع ذلك ، ومع شدة تمسك القرويين بالتلفزيون ، فقد كشف الحوار المتعمق معهم عن تنامي اتجاهات عداوية بينهم تجاه التلفزيون بسبب ما يعرضه أحياناً من مشاهد يعتبرونها خروجاً على المألوف والتقاليد وضد الدين .

ولا يختلف الأمر كثيراً على مستوى الجرائد ، فقد عبر الجانب الأكبر من المبحوثين (٢٦٢) مبحثاً بنسبة (٨٧٪) عن استفادتهم من قراءة الجرائد ، وتمسكهم بها ، فهي مصدر متاح - لمن يرغب - في التزود بالمعارف حول الأحداث السياسية ، وأحياناً الحوادث ، والرياضة ، والأمور الدينية ، وبرامج الإذاعة والتلفزيون ، وأحوال الطقس والموضوعات الأدبية والفنية .. الخ ، في حين لم يتجاوز عدد من أقر بعدم استفادته من قراءة الجرائد عن (٢٥) مبحثاً بنسبة (١١٪) من إجمالي الأفراد الذين يتعرضون للصحف ، الأمر الذي يشير - كما هو الحال مع الراديو والتلفزيون - إلى عدم استغناء غالبية القرويين ممن لديهم المعرفة بالقراءة عن الصحف ، بصرف النظر عن درجة المصداقية التي يحظى بها مضمونها بينهم .

ويخصص البحث في هذا المجال إلى أهمية التمييز بين تمسك القرويين على المستوى اللفظي بأجهزة الإعلام الجماهيرية ، وإقرارهم العام بعدم القدرة على الاستغناء عنها ، وبين فاعلية هذه الأجهزة أو درجة اعتماد القرويين عليها في تلبية شئون حياتهم اليومية . حيث لا تزال أجهزة

الإعلام - بالرغم من تراجع دورها الاتصالي أو فاعليتها في مجتمع القرية - أدوات تلبي للقرويين بعض الاحتياجات ، يأتي على رأسها - كما أشرنا ، الاحتياج الترفيهي ، والفرجة على ممارسة النخبة .

التأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام

فإذا تجاوزنا التعرض ، والفاعلية ، ومحاولة تحديد مكانة وأدوار قنوات الاتصال المختلفة في بناء الاتصال في مجتمع القرية ، إلى حجم مساهمات أجهزة الإعلام الجماهيرية في التغيرات الحادثة في القرية المصرية ، وبالذات التغيرات القيمة حول قيم : الأرض ، والعمل ، والتعليم ، والتعاون ، والادخار ، والتضامن العائلي ، فإننا نجد تفاوتات تأثيرات أجهزة الإعلام على هذه القيم ، بتفاوت طبيعة كل منها ، مع الميل العام للتدعيم أكثر من التغيير ، ومؤشرات ذلك أظهرها البحث على النحو التالي:

١ - أشارت البيانات إلى محدودية التصورات المتوفرة لدى المبحوثين حول المضامين الإعلامية التي تثيرها أجهزة الإعلام حول قيمة الأرض ، فقد أظهر الجانب الأكبر من المبحوثين (٧٤٥) مبحثاً بنسبة (٤٨,١٣٪) قدرة محدودة على تحديد ما تطرحه أجهزة الإعلام في هذا المجال ، فما هو موجود لدى هؤلاء الأفراد عبارة عن كلمات وتعبيرات عامة ومجردة من قبيل : "يتكلم يابيه عن الأرض والزراعة ، والكيمياء" ، مما يوحى بضعف تأثيرات أجهزة الإعلام في هذا المجال ، ربما بسبب ضالة اهتمامها أصلاً بهذا الموضوع ، أو ندرة تعرض المبحوث لمضامينها في هذا الشأن ، على النحر الذي كشف عنه البحث في موضوع سابق . ومع ذلك ، فقد تمكن (٢٣٣) مبحثاً بنسبة (٤٥,٨٨٪) من الإشارة إلى أنها تشجع على عدم

السفر ، والبقاء لخدمة الأرض الزراعية ، وهو موقف قيمى مهم تروج له أجهزة الإعلام ، أو على الأقل هذا هو الموجود فى تصوراتهم عن عملياتها فى هذا المجال ، وذلك بصرف النظر عن تبنى أو عدم تبنى هذا الموقف . وفضلا عن ذلك ، فهى فى تصور هؤلاء الأفراد ، تدعو إلى عدم التعدى على الأرض الزراعية والحفاظة عليها ، وهو التعدى الذى اتسع نطاقه فى السنوات الأخيرة ، ومازال مستمرا ، ويستقطع سنويا جانبا كبيرا من أجاد الأرض الزراعية ، مما يشير إلى انعدام تأثيرات الحملات الإعلامية فى هذا المجال ، الذى تحكمه ظروف موضوعية أقوى تدفع بالقرويين فى اتجاه هذا التعدى ، وخاصة وطأة الحاجة إلى السكن .

٢ - تتباين تصورات القرويين - أفراد عينة البحث - حول ما تروج له وسائل الإعلام ويتعلق بقيمة الهجرة ، فقد أشار (٢٤٥) مبحوثا بنسبة (٤٨١٣٪) إلى أن هذه الأجهزة لا تشجع على السفر . فى حين أشار (١٦٦) مبحوثا بنسبة (٣٢٦٢٪) إلى أنها تشجع عليه ، وعبر (٥٣) مبحوثا بنسبة (١٠ر٤١٪) عن عدم معرفته بما تقوله وسائل الإعلام فى هذا الموضوع ، فى الوقت الذى نفى (٤٥) مبحوثا بنسبة (٨ر١٤٪) تناول أجهزة الإعلام لهذا الموضوع . ويعود هذا التباين إلى تناقض المضامين الإعلامية المطروحة حول موضوع الهجرة للعمل بالخارج ، وتفاوتها بين التشجيع على السفر باعتباره الحل الوحيد لمشكلات الشباب ، والحصول على العملات الصعبة لدعم ميزان المدفوعات ، وبين الحث على البقاء فى البلد وزراعة الصحراء ، أو إرجاع أسباب ضعف الإنتاج إلى عدم الانتماء والرغبة الصارمة المسيطرة على الجميع لترك البلد . وتشير هذه البيانات إلى تزايد وقع تأثيرات أجهزة الإعلام فى هذا المجال بالنظر إلى تزايد اهتمام كل من

أجهزة الإعلام والجمهور بهذا الموضوع . ويخلص البحث في هذا المجال إلى أن تناقض مواقف أجهزة الإعلام حول موضوع الهجرة ، وانعكاس هذا التناقض لدى الأفراد على هذا النحو ، أمر له سلبياته ومخاطره على برامج التنمية ، وأن الأمر في حاجة إلى وضوح رؤيا ، وموقف سياسى واضح في هذا المجال تلتزم به أجهزة الإعلام .

٣ - أظهر البحث تعدد التصورات التى تثيرها أجهزة الإعلام لدى القرويين حول قيمة العمل ، يتمدد مجالات هذه القيمة ، ولكن معظمها - طبقا للاستجابات اللفظية للمبحوثين - يشير فى اتجاه دعم قيمة العمل ، فقد أشار (٢٥٤) مبحوثا بنسبة (٣٤٨٪) إلى أن وسائل الإعلام تحت الناس على العمل . وأوضح (١٢٨) مبحوثا بنسبة (١٩٪) أنها تشجع الأفراد على العمل فى أى مهنة ، ثم الحديث عن البطالة بنسبة (١٢٣٪) ، والحث على استصلاح الأراضى بنسبة (٩٤٪) ، والإعلان عن الوظائف الخالية بنسبة (٣٧٪) من إجمالى تصور القرويين لما تثيره أجهزة الإعلام حول قيمة العمل . ولم تتجاوز نسبة التصورات السلبية التى تشير إلى أن أجهزة الإعلام تتحدث عن تراخى الناس فى العمل أو كسلها ، والتسيب وعدم الجدية ، أو أن هذه الأجهزة لا تتحدث إطلاقا فى هذا الموضوع عن (٣٢٪) و (٧٥٪) على الترتيب ، وهى كلها بيانات تؤكد أهمية دعم عمليات أجهزة الإعلام فى هذا المجال بتقييم المثل والنموذج ، والقنوة فى الحرص على العمل ، والالتضباط ، والمحافظة على الوقت .. الخ .

٤ - يتوفر لدى الجانب الأكبر من المبحوثين (٣٦٤) مبحوثا بنسبة (٤٥٤٪) تصور بأن أجهزة الإعلام تحت الأفراد على التعليم . وأشار (١٢٧) مبحوثا بنسبة (١٧٢٪) إلى أن هذه الأجهزة تساهم فى التعليم بإعطاء الدروس

للطلبة في الراديو والتلفزيون ، كما أنها تتحدث عن مشاكل ، التعليم وبالذات الدروس الخصوصية بنسبة (١١٦٪) ، وتعلم الطلبة كيفية المذاكرة السليمة والاهتمام بدروسهم بنسبة (٥٥٪) ، كما أنها تشجع على التعليم الفني وتفضيله على التعليم العام بنسبة (٤٪) من إجمالي تصورات الباحثين عن مضامين أجهزة الإعلام حول قيمة التعليم .

وكان اللافت للنظر هنا هو تضائل نسبة الاستجابات التي تشير إلى تحقير أجهزة الإعلام للشهادات (١٢) مبحوثاً فقط بنسبة (١٠٢٪) ، وذلك رغم الميل العام لأجهزة الإعلام للترويج لهذا المنحى منذ حقبة الانفتاح ، والذي كشفت عنه دراسات عدة ، وحيث تسود الرؤية المادية للتعليم عبر أجهزة الاعلام ، فالشهادات لم يعد لها قيمة ، والعمل اليدوى أو الحرفى أصبح يدر دخلاً أكبر إلى غيرها من التصورات الملموسة فى مضامين أجهزة الإعلام فى هذا المجال . وربما يعود هذا الانخفاض فى تأثير هذا المنحى من المعالجات على تصورات الأفراد إلى الرغبة الصارمة لدى الباحثين للتمسك بالتعليم ، وبالتالي ميلهم للتعبير عن هذه الرغبة فى استجاباتهم اللفظية ، أو ربما يرجع ذلك إلى ضعف ارتباط المبحوثين بأجهزة الإعلام ومحورية تأثيرهم بمضامينها فى هذا المجال .

٥ - يرى (٤٣٠) مبحوثاً بنسبة (٨٢٥٪) أن أجهزة الإعلام تحت الناس على التعاون والمحبة ، فى حين لم تتجاوز نسبة من أشار إلى أنها لا تشجع على التعاون عن (٢٠) مبحوثاً بنسبة (٣٨٪) من إجمالي أفراد العينة . وأوضح (٣٨) مبحوثاً بنسبة (٧٣٪) أنها لا تتعرض لهذا الموضوع ، أو على الأقل لا تترك تأثيرات على تصوراتهم فى هذا المجال ، ولم يتمكن (١٦) مبحوثاً بنسبة (٣١٪) من معرفة حقيقة ما نقوله أجهزة الإعلام حول قيمة التعاون.

٦ - تترك عمليات أجهزة الإعلام انطباعاً لدى الأفراد حول قيمة الاخبار ، بالميل إلى تشجيع الاخبار واستثمار الأموال في البنوك أو في بفاقر التوفير بمكاتب البريد ، باعتبارها الأكثر ضماناً وأمناً بنسبة (٧١٫٧٠٪) كما أنها تناقش قضية فوائد البنوك هل هي حلال أم حرام بنسبة (٣٫٩٣٪) ومال (١٢٤) مبحوثاً بنسبة (٢٤٫٣٧٪) لتريد استجابات سلبية تتفاوت بين لا أعرف ، أو أنها لا تتحدث في هذا الموضوع بنسبة (١٠٫٢٢٪) لكل منهما ، وبين نفى وجود أموال زائدة عن الحاجة مع الناس للاخبار .

وكان الملاحظ هنا هو اختفاء إشارة المبحوثين إلى تلك المضامين التي تشجع على الاستهلاك والبدخ في الإنفاق وبالذات الإعلانات التجارية ، وربما يعود ذلك إلى الميل العام لدى المبحوثين للرد بإيجابية "وكله تمام" أو لعلها تراجع القدرة النقدية أو التحليلية لدى العديد من القرويين لعوامل شتى ، من بينها التعرض السلبي الغالب للمضامين الإعلامية .

٧ - ترى الغالبية العظمى من المبحوثين (٤٨٥) مبحوثاً بنسبة (٧٥٫١٤٪) ، ربما بسبب عدم القدرة على الحوار أو الميل للتعبير عما ينبغي أن يكون ، إلى تأكيد تشجيع أجهزة الإعلام على صلة الرحم ، والمودة أو الاحترام المتبادل بين أعضاء الأسرة الواحدة ، ومع ذلك ، فقد أشار (٨١) مبحوثاً بنسبة (١٥٫٩١٪) إلى أن ما ينشر عبر وسائل الإعلام يسير في اتجاه تأكيد "أن المشاكل لا تكفى إلا من القرايب" ، وبالتالي فهي تترك تأثيرات سلبية لديهم على قيمة التضامن العائلي . وفي نفس الاتجاه أضاف (٢٣) مبحوثاً بنسبة (٤٫٥٢٪) أن وسائل الإعلام تشجع على الفردية ، وأن ينصرف كل فرد إلى حال سبيله على حد تعبيرهم ، ومال (٢٠) مبحوثاً بنسبة (٣٫٩٣٪) إلى

السلبية وترديد عبارة "مش عارف" ، وهى العبارة التى توحى بمحدودية قدرة المبحوث على الحوار أو لعله الخوف أو ضعف تأثيرات أجهزة الإعلام على هؤلاء الأفراد .

٨ - عبرت الغالبية العظمى من القرويين على المستوى اللفظى (٣٧٧) مبحوثا بنسبة (٧٤٫٧٪) عن رضائهما عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن مجتمع القرية ، وأظهر البحث عند محاولة تعميق الحوار معهم بطرح التساؤل إزاي ؟ عدم الاطمئنان إلى دقة هذه الاستجابات اللفظية ، حيث ردوا فى ذلك استجابات واهية ولا توحى بمصداقية ، من قبيل : "بتذكر الواقع ، وعلشان بيقلوا القرية هى الأساس ، وعلشان ما فيش فى القرية حاجة وحشة اا" وهى جميعها استجابات غير جدية ، وسبق للمبحوثين فى موضع سابق حديثهم عن ضرورة نزول أجهزة الإعلام إلى القرية للتعبير بصديق عن مشاكلها .

وفى المقابل عبر (١٢٣) مبحوثا بنسبة (٢٤٫٦٪) عن عدم رضائهم عن الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، وأشاروا فى ذلك إلى المبالغة ، والانفصال عن الواقع وأحوال القرية وظروفها ومشاكلها ... الخ . ولا يختلف الأمر كثيرا بين نتائج استجابات المبحوثين اللفظية حول الطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية ، والطريقة التى تتحدث بها عن الفلاحين ، حيث ظلت الغالبية العظمى من المبحوثين (٧١٫٣٢٪) تعبر عن رضائهما عن هذه الطريقة . ويصفة عامة ، فإن الانتطباع الذى يخرج به الباحث من الحوارات مع المبحوثين أفراد العينة حول تصورهم للطريقة التى تتحدث بها أجهزة الإعلام عن القرية أو الفلاح ، هو الميل العام لإعطاء إجابات مثالية أو إيجابية فى هذا المجال ، أما بسبب شكلية ،

أو عدم أهمية القضية موضوع الحوار من وجهة نظر المبحوثين ، وبالتالي محاولة إكرام الباحث ومجاراته وإعطائه انطباعات زائفة في هذا المجال ، وإما بسبب الطابع السلبي الغالب على تعرض القرويين لمضامين أجهزة الإعلام ، وتضاؤل قدرة العديد منهم على الحوار أو التفاعل مع هذه المضامين ، التي ينفصل معظمها عن واقع حياتهم اليومية .

٩ - يخلص البحث في مجال التأثيرات القيمة لأجهزة الإعلام إلى أن معظم تأثيرات هذه الأجهزة تنحصر في الجوانب المعرفية ونون السلوكية ، وحيث تقف عقبات كثيرة أمام توظيف المعارف المكتسبة ، على شكلتها أو محنويتها ، في دنيا الواقع ، وهو ما يجعلنا نؤكد في النهاية تراجع التأثير الفعلي الذي تلعبه قنوات الاتصال الجماهيرى على السلوك العملى للقرويين ، وأن دورها الغالب هو دور تدعيمى أكثر منه تغييرى في مجتمع القرية على النحو الذى أشرنا إليه من قبل .

ثانياً : التصور المستقبلى

على ضوء المعطيات السابقة ، وما توصل إليه البحث من حقائق تكشف عن تدهل بناء الاتصال فى مجتمع القرية ، وعجزه بلأوضاعه الحالية عن القيام بأية مساهمات أو أدوار حقيقية فى إعادة بناء القرية المصرية وتطويرها ، فإنه يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية وفقاً للسيناريوهات التالية :

١ - فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة والتي تتميز بضعف اهتمام أجهزة الإعلام بنوعيتها المركزى والمحلى بالريف ، وعدم قدرتها على تلبية الاحتياجات الإعلامية للقرويين ، وانفصال جل مضمونها عنهم وعن مشاكل حياتهم اليومية ، وانصراف القرويين عن هذه الأجهزة ، ومحدودية الوقت

الذى يمنحونه لها ، وانحصار تعاملهم مع أجهزة الإعلام على الجانب الترفيهى والتعرض السلبي للمضامين المثارة ، فمن المتوقع أن تتزايد الهوة بين مكونات بنية الاتصال الحالية ، وسوف تتجه هذه الهوة نحو المزيد من التباعد والانفصال بحيث تعمل قنوات الاتصال الجماهيرى فى واد ، وقنوات الاتصال الشخصى بأنواعها المختلفة فى واد آخر ، مما يدفع القرويين فى اتجاه إقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية ، وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة ، مثل شرائط التسجيل والفيديو ، ومكبر الصوت ، والنشرات الصحفية ، والتليفون ... الخ .

٢ - فى حالة إدخال بعض التحسينات على أداء قنوات الاتصال الجماهيرى بإدخال بعض التحسين على برامجها ، وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى ، وتقوية علاقتها بقنوات الاتصال الشخصى الرسمى ، والمضى قدما فى سياسة نشر الإعلام الإقليمى ، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، فى القرية المصرية ، دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف التغيير للأفضل واصالح إعادة بناء القرية المصرية ، فإن علاقة القرويين بأجهزة الإعلام ستظل محدودة ، وسيظل النظام الاتصالى يعانى من العجز والقصور فى تلبية احتياجات القرويين كما هو الحال مع الوضع القائم .

٣ - فى حالة الإقدام على تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشاكل الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية ، ويأخذ فى الاعتبار مصالح وإهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، وإقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، إذاعة ، تليفزيون) يعمل بالتعاون

والتنسيق مع قنوات الاتصال الشخصي في إطار خطة التنمية المشار إليها ، مع تعديل التوجهات السلبية الراهنة للكتاب ورجال الإعلام والمتقنين المصريين بعامة نحو الريف ، ودعم ارتباطهم بالقرية المصرية وتفاعلهم مع مشاكلها ومجريات التغيير بها ، فمن المتوقع أن يدفع ذلك إلى تنشيط بناء الاتصال في القرية ويعود إليه تماسكه وتزداد فاعليته ومساهماته في إعادة بناء القرية المصرية .

اللاحق

ملحق رقم (١)

قائمة بيلوجرافية للبحوث الإعلامية بالقرية مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً

- ١ - مليكة ، لويس كامل ، بناء الاتصال في القرية المصرية ، دراسة سوسيومترية في أنماط الاتصال والتأثير ، جمهورية مصر العربية ، مركز التدريب على تنمية المجتمع في العالم العربي بـسرس االيان ، ١٩٦٢ .
- ٢ - عودة محمود ، أنماط الاتصال والتغيير الاجتماعى ، دراسة ميدانية في قرية مصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ١٩٦٩ .
- ٣ - صالح ، ناهد ، تقويم وسائل الإعلام في الريف ، البرامج الريفية بالإذاعة ، القاهرة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، د . ت .
- ٤ - الحاروتى ، يوسف ، دور وسائل الإعلام في خلق النظرة العلمية بالجمهورية العربية المتحدة ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٠ .
- ٥ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مكافحة الأمية بالراديو ، بحث ميدانى على عينة من متابعي مكافحة الأمية ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٧٠ .
- ٦ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، النتائج الإجمالية لدراسة الاستماع إلى برامج الإذاعة خلال أيام ١ - ٤ يونيو ١٩٧١ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧١ .
- ٧ - ذرة ، طاهر حسن ، دراسة في الإعلام الريفى وأثارة على تنمية المجتمع الريفى المحلى في الجمهورية ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة الأزهر ، ١٩٧٣ .
- ٨ - المضافى ، عماد مختار أحمد ، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للقادة المحليين بالريف ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .
- ٩ - عبدالحليم ، محى الدين ، الإعلام الحكومى وأثره في الرأى العام المحلى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٣ .
- ١٠ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، دراسة تحليلية للاستماع إلى البرامج الإذاعية خلال ستة أيام تبدأ من الخميس ٢١ سبتمبر ١٩٧٣ وحتى الثلاثاء ٢٥ سبتمبر من ذاك الشهر ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٣ .

- ١١ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، دراسة تحليلية لمشاهدة البرامج التلفزيونية خلال سنة أيام تبدأ من الخميس ٢١ سبتمبر ١٩٧٣ وحتى الثلاثاء ٢٥ من ذلك الشهر ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٣ .
- ١٢ - عوجة ، على السيد ، دور الإعلام فى تنظيم الأسرة بالريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ .
- ١٣ - أبو العز ، على صالح ، أثر وسائل الاتصال الجماهيرى فى نشر الوعى الزراعى ، دراسة أثر البرامج الريفية التلفزيونية ، على معارف مجموعة مختارة من مشاهديها فى ريف جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ .
- ١٤ - البادى ، محمد محمد ، طبيعة الصحافة الريفية ، ولورها فى المجتمعات النامية مع التطبيق على المجتمع المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٥ .
- ١٥ - جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، استطلاع الرأى فى تنظيم الأسرة قبل أحداث مؤثر إعلامى وبعده ، القاهرة ، وحدة بحوث الاتصال بجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٧٥ .
- ١٦ - محمود ، رفعت عبدالباسط ، دراسة كشفية عن نواى الاستماع (الرايى) ومدى مساهمة أعضائها فى تنمية القرية بمحافظة القليوبية ، رسالة ماجستير ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، ١٩٧٦ .
- ١٧ - طلعت ، شافيناز ، دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى مصر ، دراسة تطبيقية على إحدى القرى المصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٧٦ .
- ١٨ - رزق ، سامية سليمان ، دور الاتصال الشخصى فى نشر الأفكار الزراعية المستحثة فى المجتمعات الريفية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ١٩ - عبدالحليم ، محمى الدين ، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام ، دراسة ميدانية فى الريف المصرى ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ٢٠ - لاشين ، ياسين أحمد ، دور العلاقات العامة فى التنمية الاجتماعية فى المجتمعات المحلية مع دراسة ميدانية لتأثير نواى الاستماع فى الريف ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ٢١ - الفولى ، حسن أحمد ، بناء الاتصال فى قرية عصفور محافظة الدقهلية بجمهورية مصر العربية ، القاهرة مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٢ - العيد ، عاطف عدلى ، دور الإذاعة الصوتية فى تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة فى القرية ، دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٣ - أحمد ، عمار مختار ، بناء الاتصال فى قرية زاوية أبو مسلم بمحافظة الجيزة بجمهورية مصر العربية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجى بجامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٤ - إبراهيم ، محمد معوض ، دور التلفزيون فى التنمية الاجتماعية فى الريف المصرى ، دراسة تطبيقية على بعض قرى الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .

- ٢٥ - خضير ، فتحي حامد ، بناء الاتصال في قرية ليلة محافظة النبهلية ، القاهرة ، معهد بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجي ، ١٩٧٩ .
- ٢٦ - المنوفى ، كمال ، بناء الاتصال في قرية تلوانه محافظة المنوفية ، جمهورية مصر العربية ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجي ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٧ - أحمد ، محمد حلمي ، بناء الاتصال في قرية البليدة محافظة الجيزة ، القاهرة ، مركز بحوث التنمية والتخطيط التكنولوجي بجامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٨ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، تقييم برامج تنظيم الأسرة في الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٩ .
- ٢٩ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، تقييم البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٧٩ .
- ٣٠ - يباوى ، نرجس حلمي ، دور التلفزيون كوسيلة إعلامية في نشر الوعي الإعلامي الزراعي بالريف المصري ، دراسة تطبيقية على البرامج الريفية بتلفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٣١ - عمر ، نوال محمد ، دراسة سوسيولوجية عن دور السينمائي التنمية الاجتماعية بالتطبيق على ثلاث قرى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط ، ١٩٧٩ .
- ٣٢ - صالح ، سلوى سليمان ، تأثير البرامج الريفية بالإذاعة على تغيير المجتمع الريفي ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ٣٣ - أبو العز ، على صالح ، تقييم البرامج الريفية في تلفزيون جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ٣٤ - عطا ، عبد الخبير محمود ، وسائل الإعلام والتنمية السياسية في الدول النامية ، البرامج السياسية في إذاعة القاهرة ، كحالة للدراسة ، رسالة دكتوراه ، القاهرة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٨٠ .
- ٣٥ - مراد ، محمود ، الطفل المصري ووسائل الإعلام ، مؤسسة الأهرام ، ١٩٨٠ .
- ٣٦ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، الإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال الأخرى في الدعوة إلى تنظيم الأسرة ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٠ .
- ٣٧ - جامعة الاسكندرية ، الإعلام والشباب المصري في جامعة الاسكندرية ، أبحاث إعادة بناء الإنسان المصري ، التقرير الخامس ، الشباب المصري في إطار التنمية الاجتماعية والاقتصادية ، الاسكندرية ، ١٩٨٠ .
- ٣٨ - سالم ، نادية ، تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية عند المواطن المصري ، دراسة تجريبية على عينة من الريف ، القاهرة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠ .
- ٣٩ - صالح ، ناهد ، معلومات الجمهور المصري عن أساسيات الطم والتكنولوجيا ، بحث مقارن بين الريف والحضر ، القاهرة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٠ .

- ٤٠ - حسن ، نوال شاهين ، دور وسائل الإعلام في الإذاعة والتلفزيون في تنمية الأسرة ، القاهرة ، الهيئة العامة للاستعلامات ، ١٩٨٠ .
- ٤١ - أيوب بكر ، يحيى ؛ عبدالرحمن ، عبد المعز ، دراسة استطلاعية لإذاعة محلية تلبي الاحتياجات والرياقات في بيئة محلية ، القاهرة ، اتحاد إذاعات الدول العربية بالتعاون مع الهيئة العامة للاستعلامات واتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٨٠ .
- ٤٢ - المسلمي ، إبراهيم الدسوقي ، الصحافة الإقليمية ودورها في تنمية المجتمعات المحلية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨١ .
- ٤٣ - عبدالحميد ، صلاح الدين ، تأثير الصحيفة اليومية على القراء في القرية المصرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ .
- ٤٤ - أحمد ، عبدالحميد إبراهيم ، الآثار التعليمية لاستخدام البرامج التلفزيونية الزراعية الخاصة في بعض المناطق المستصلحة حديثاً ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة بمشهور ، جامعة الزقازيق ، ١٩٨١ .
- ٤٥ - نوار ، محمد حلمي ، الأمية وتطورها وعلاقتها بتملك الريفيين وتعرضهم لأدوات الاتصال الجماهيري في قرية مصرية ، المجلة الاجتماعية القومية ، المجلد ١٨ ، العدد ٣ سبتمبر ، ١٩٨١ .
- ٤٦ - سالم ، نادية ، تأثير وسائل الاتصال على عينة من قادة الرأي والمواطنين في الريف المصري في : المؤتمر الدولي السادس للإحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، ٢٩ مارس - ١٢ أبريل ١٩٨١ .
- ٤٧ - عمر ، نوال محمد ، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسر الريفية والمصرية ، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من شباب الريف والحضر ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، ١٩٨١ .
- ٤٨ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، بحث الإذاعة المحلية لحافظة الغربية عام ١٩٨٢ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٢ .
- ٤٩ - أحمد ، إلهام الدسوقي ، بناء الاتصال في قرية مصرية ، دراسة ميدانية في الاتصال الزراعي بقرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٢ .
- ٥٠ - المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، آراء الأطفال في برامج وإعلانات التلفزيون ١٩٨٢ ، القاهرة ، المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، ١٩٨٢ .
- ٥١ - المجموعة الاستشارية للشرق الأوسط ، آراء المشاهدين الكبار في برامج وإعلانات التلفزيون ، القاهرة ، المجموعة الاستشارية ، ١٩٨٢ .
- ٥٢ - عبدالنبي ، عبدالفتاح ، الصحف اليومية في مصر وقضايا تنمية الريف ، دراسة تحليلية لخمسون جريدة الأهرام في الفترة من ١٩٥٢ - ١٩٨٠ ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٣ .

- ٥٣ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، بحث إذاعة العاصمة (القاهرة الكبرى) ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .
- ٥٤ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، برامج رمضان ١٩٨٢ ، نتائج ومقترحات ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .
- ٥٥ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، تقييم برامج التلفزيون ١٩٨٣ ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٣ .
- ٥٦ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، تقييم برامج الإذاعة عام ١٩٨٣ ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ١٩٨٣ .
- ٥٧ - رزق ، سامية سليمان ، ترشيح برامج الأطفال فى الإذاعة المسموعة كإداة لتثقيف الطفل المصرى ، دراسة تطبيقية تحليلية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .
- ٥٨ - طلعت ، شاهيناز ؛ سلوى ، إمام ، استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكنية بقرية دسيا محافظة الفيوم ، دراسة تجريبية ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ومنظمة اليونسكو ، جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٨٤ .
- ٥٩ - فهمى ، محمد محمد ، علاقة الدراما التى يعرضها التلفزيون بالأمراض النفسية دراسة تجريبية لعلاقة الدراما التى يعرضها التلفزيون بمرض ضغط الدم فى الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .
- ٦٠ - العبد ، عاطف عدلى ، نور التلفزيون فى إمداد الطفل المصرى بالمعلومات من خلال برامج الأطفال ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٤ .
- ٦١ - سالم ، نادية حسن ، دراسة وصفية عن الوحدات الإعلامية التى وزعت على الوحدات المحلية التابعة لمشروع السكان والتنمية ، القاهرة ، جهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٨٤ .
- ٦٢ - عبدالمجيد ، ليلي ، استخدام الاتصال فى التوعية بالمشكلة السكنية بقرية البراجيل بمحافظة الجيزة ، دراسة قبلية - ميدية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، منظمة اليونسكو وجهاز تنظيم الأسرة والسكان ، ١٩٨٤ .
- ٦٣ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، دراسة تحليلية لمشاهدة التلفزيون خلال أسبوع من السبت ١٤ /٩/ ١٩٨٥ . حتى الجمعة ٢٠/٩/ ١٩٩٥ ، القاهرة ، الاتحاد ١٩٨٥ .
- ٦٤ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومركز بحوث الرأى العام بجامعة القاهرة ، اتجاهات الرأى العام نحو برامج الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، مايو ١٩٨٦ .
- ٦٥ - السنجرى ، إيمان مصطفى ، صورة الفلاح المصرى فى الدراما التى يعرضها التلفزيون ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .
- ٦٦ - العبد ، عاطف عدلى ، علاقة الطفل المصرى بوسائل الاتصال ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٦ .
- ٦٧ - عبدالله ، محمد حسن ، مشاهدة التلفزيون وعلاقتها بالتوافق الشخصى والاجتماعى لدى بعض أطفال الريف المصرى ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ١٩٨٦ .

- ٦٨ - طلب ، محمد نبيل محمد محمود ، الصورة التي تعرض بها المهن خلال الدراما التلفزيونية وتأثيراتها على الجمهور ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .
- ٦٩ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، بارومتر الاستماع الأسبوع من ١٩٨٥/٩/١٤ إلى ١٩٨٥/٩/٢٠ ، القاهرة ، الاتحاد ، يناير ١٩٨٦ .
- ٧٠ - مرسى ، ميرفت محمد كامل ، تأثير وسائل الاتصال على تنمية الوعي الصحي في مصر ، دراسة تجريبية على قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .
- ٧١ - علام ، يسرية أحمد ، اتجاهات الزراع نحو المستحدثات الزراعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .
- ٧٢ - طنوبشة ، على أحمد ، وسائل الاتصال الجمعي والوعي السياسي ، دراسة ميدانية بقرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٦ .
- ٧٣ - عبدالنبي ، عبدالفتاح إبراهيم ، دور الصحافة في تغيير القيم الاجتماعية ، دراسة ميدانية في منطقة شبه حضرية ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ٧٤ - عبده ، محمود يوسف مصطفى ، دور قادة الرأي النخب في معالجة قضايا الشباب ، دراسة ميدانية في الريف المصري ، رسالة دكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ٧٥ - حسن ، زينب ، أثر الطرق والوسائل الإرشادية المستحضرة في حملة النهوض بمحصول الأرز في محافظة مينا ، رسالة ماجستير ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ٧٦ - كحيل ، عبدالوهاب ، تأثير التلفزيون والأدبي على القرية المصرية ، دراسة ميدانية على هيئة من أسر المهاجرين العائدين ، القاهرة ، مكتبة المدينة ، ١٩٨٧ .
- ٧٧ - البكري ، فؤاد عبدالمنعم ، دور قصور الثقافة الجماهيرية في الريف والحضر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ .
- ٧٨ - فهمي ، نجوى عبدالسلام عبدالعزيز ، دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات ، دراسة تطيلية وميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٨ .
- ٧٩ - رضا ، عدلى ؛ الشرييني ، وسامى ، علاقة المستمع المصري بالإذاعات العربية والدولية الموجهة ، الطباعة العربية ، ١٩٨٨ .
- ٨٠ - اتحاد الإذاعة ، والتلفزيون ، المواد الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٩ .
- ٨١ - حسن ، السيد يونس ، وسائل الإعلام المحلية ودورها في تزويد الطفل المصري بالمعلومات ، دراسة تطبيقية مقارنة ، رسالة دكتوراه ، معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس ، ١٩٨٩ .
- ٨٢ - عبدالنبي ، عبدالفتاح ، الإعلام وهجرة المصريين ، دراسة في الدور التوعوي للإعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

- ٨٣- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، المنوعات والبرامج الترفيهية بالإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٨٩ .
- ٨٤- عبدالجواد ، خالد أحمد ، معالجة إذاعة الشعب لقضايا ومشكلات الريف المصرى ، دراسة تحليلية مع التطبيق على قرية مصرية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .
- ٨٥- عبدالكريم ، إبراهيم سعيد ، دور إذاعة وسط الدلتا فى خدمة المجتمع المحلى ، دراسة تحليلية وميدانية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٨٩ .
- ٨٦- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، دور الإذاعة والتلفزيون فى التصدى لظاهرة الإدمان بين الشباب ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩٠ .
- ٨٧- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، استطلاع رأى الجمهور حول نشرة أخبار التاسعة مساء فى التلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩٠ .
- ٨٨- عبدالنبي ، عبدالفتاح ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ .
- ٨٩- جنيد ، حنان باروق محمد ، دور الاتصال فى إنتشار المستحدثات ، دراسة تطبيقية على انتشار مجموعة من المستحدثات الاقتصادية والصحية فى مصر ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٠ .
- ٩٠- همر ، نوال ، الفيديو والناس ، كتاب الهلال ، ١٩٩٠ .
- ٩١- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومركز الإعلام والتعليم والاتصال ، اتجاهات المستمعين والمُشاهدين نحو برامج الإذاعة والتلفزيون فى مجال التوعية بالمشكلة السكانية ، القاهرة ، ١٩٩٠ .
- ٩٢- خليل ، نجوى حسين ، الجامعة المفتوحة ، استطلاع للرأى حول البرامج التعليمية فى التلفزيون ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٩٠ .
- ٩٣- العوادلى ، 'سلوى محمد يحيى ، دور الاتصال فى التنشئة السياسية والاجتماعية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٠ .
- ٩٤- الغرابوى ، محمد عبدالحميد ، دور الصحافة المصرية اليومية فى التنشئة السياسية للمراهقين ، دراسة تطبيقية على تلاميذ المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، ١٩٩١ .
- ٩٥- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، استطلاع آراء الشباب حول برامجهم المقدمة من الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الاتحاد ، ١٩٩١ .
- ٩٦- مختار ، هبة مسعد أحمد ، تأثير وسائل الاتصال على تنظيم الأسرة فى الريف المصرى ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .
- ٩٧- عتران ، محمد سيد محمد على ، دور الاتصال فى عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، دراسة تطبيقية مقارنة على قريتين مصريتين ، دكتوراه ، كلية الإعلام ، ١٩٩١ .

- ٩٨ - عبدالرحمن ، محمود ، الصحافة الزراعية والتعاونية في مصر ، مركز عمر لطفي للتدريب بالإسماعيلية .
- ٩٩ - محمد ، خيرت معوض ، دور الاتصال في التنمية السياسية ، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام ، ١٩٩٢ .
- ١٠٠ - عبدالقنى ، عبد الفتاح ، الإعلام وجرائم البيئة الريفية ، دراسة في الإعلام البيئي، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٢ .

ملحق رقم (٢)

١ - اسم القرية

٢ - اسم المركز

٣ - اسم المحافظة

٤ - تاريخ التطبيق

٥ - اسم الباحث

٦ - اسم المراجع الميداني

٧ - اسم المراجع الميداني

أولا: بيانات تتعلق بحجم وسلوك التعرض

س١ : انت بتعرف الأخبار اللي بتجرى فى الدنيا منين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

١ - من الناس

٢ - من التلفزيون

٣ - من الراديو

٤ - من الجرائد

٥ - أخرى تذكر



س٢ : ياترى انت بتشوف التلفزيون كل يوم واللا بظروفها ولا مابتشوفش خالص ؟

١ - كل يوم
٢ - بظروفها

(ينتقل إلى س٤ مباشرة)

٣ - لا أشاهده
(يسأل س٢ ثم ينتقل إلى س٦ مباشرة)

س٣ : وايه مابتتفرجش على التلفزيون ؟

١ - لأملك جهاز تليفزيون

٢ - المشاكل وعدم وجود وقت

٣ - الفرجة على التلفزيون حرام

٤ - اتفرج على الفيديو أحسن

٥ - أخرى تذكر



س ٤ : ياترى إيه أكثر حاجات بتحب تشوفها فى التلفزيون ؟

(لا تقرأ المتغيرات)

- | | | |
|--------------------------|-----|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - نشرات الأخبار والتعليقات السياسية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - الإعلانات |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - البرامج الدينية والقرآن الكريم |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - البرامج التعليمية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - برامج الفلاحين والإرشاد الزراعى |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - الأفلام والمسلسلات |
| <input type="checkbox"/> | () | ٧ - البرامج الجماهيرية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٨ - البرامج الثقافية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٩ - المباريات الرياضية |
| <input type="checkbox"/> | () | ١٠ - برامج المرأة والطفل |
| <input type="checkbox"/> | () | ١١ - حفلات ومسرحيات |
| <input type="checkbox"/> | () | ١٢ - أخرى تذكر |

س ٥ : طيب وأنه أحسن حاجة بيقدّمها التلفزيون ؟

-
-
-

س ٦ : وياترى إيه اللي ماتحبش تشوفه أبداً فى التلفزيون وتحب أنهم يلغوه ؟

-
-
-

س٧ : قولى أنت بتشوف المسلسل العربى اللى بيتذاع كل يوم فى التلفزيون ؟

١ - نعم

٢ - أحيانا

٣ - لا ينقل إلى س ١١ مباشرة

س٨ : إيه رأيك فى المسلسلات دى ؟

-

-

-

س٩ : لوفيه مسلسل بيتكلم عن حياة الريف والفلاحين بتحس أنه بيتكلم عنكم ولا لا ؟

١ - نعم

٢ - لا

س١٠ : إزناى ؟

-

-

-

س١١ : أنت متعود تشوف برنامج سر الأرض فى التلفزيون ؟

١ - نعم

٢ - بظروفها (أسال س١٢)

٣ - لا

س١٢ : ياترى الميعاد اللى بيذاع فيه البرنامج ده مناسب واللا لا ؟

☐

١ - مناسب

٢ - غير مناسب

٣ - لايعرف الميعاد

٤ - أخرى تذكر

س١٣ : ياترى إيه رأيك فى البرنامج ده ؟

☐

١ - مفيد وكويس (أسأل س ١٤)

٢ - غير مفيد (أسأل س ١٥)

٣ - أخرى تذكر

س١٤ : تقدر تقول إيه أهم حاجة بتمجيك فيه واستقدت منها ؟

-

-

-

س١٥ : طيب إيه اللي مش عجيب فيه ؟

-

-

-

س١٦ : بتشوف إعلانات التلفزيون ؟

☐

١ - نعم

٢ - أحيانا

٣ - لا (ينتقل إلى س٢٠ مباشرة)

س١٧ : إيه رأيك فيها ؟

-
-
-

س١٨ : ياترى اللى فى البيت بيقوا عايزين يشتروا الحاجات اللى بتيجى فى إعلانات

التليفزيون ؟

☐

١ - نعم (يسأل ١٩)

٢ - لا (ينتقل إلى س ٢٠ مباشرة)

س١٩ : وبيقنروا يشتروها ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا

س٢٠ : بتشوف الإعلانات بتاعة تنظيم الأسرة ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س ٢٢ مباشرة)

س٢١ : إيه رأيك فيها ؟

١ - كلام فاضلى

٢ - ضد الدين وإرادة رينا

٣ - الناس بتتفرج وخلص

٤ - كويسة ومفيدة

٥ - أخرى تذكر

☐

س٢٢ : طيب وإعلانات معالجة الجفاف عند الأطفال إيه رأيك فيها ؟

—
—
—

س٢٣ : وإعلانات البلهارسيا إيه رأيك فيها ؟

—
—
—

س٢٤ : في العادة : أنت بتتفرج على التلفزيون لوحدهك واللامع حد ثاني ؟

☐

١ - لوحده (ينتقل إلى س٢٦ مباشرة)

٢ - مع الأهل

٣ - حسب الظروف

٤ - أخرى تذكر

س٢٥ : طب ياترى بتحب تناقش اللي بتشوفه معاهم واللا بتتفرج وخلص ؟

☐

١ - بيناقش ويقول رأييه

٢ - يكتفى بالمشاهدة فقط

٣ - حسب الظروف

س٢٦ : ياترى أنت متعود تسمع الراديو واللا لا ؟

☐

١ - دايماً
٢ - حسب الظروف (ينتقل إلى س٢٨ مباشرة)

٣ - لاأسمعه (أسأل ٢٧ ثم ينتقل إلى س٤٩ مباشرة)

س٢٧ : وإليه مبيتسمعش الراديو ؟

☐

١ - ليس لديه وقت

٢ - لا يملك راديو

٣ - الراديو للناس الفانقة

٤ - لا يجب الراديو

٥ - يفضل مشاهدة التلفزيون أو الفيديو

٦ - أخرى تذكر

س٢٨ : وإليه الحاجات اللي بتحب تسمعها في الراديو أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويمكن اختيار أكثر من بديل)

☐

١ - الأخبار والتعليقات السياسية ()

☐

٢ - المسلسلات الإذاعية ()

☐

٣ - برامج المرأة والطفل ()

☐

٤ - برامج الإرشاد الزراعي ()

☐

٥ - القرآن الكريم والبرامج الدينية ()

☐

٦ - الإعلانات ()

☐

٧ - برامج المنوعات ()

☐

٨ - البرامج الجماهيرية ()

☐

٩ - الأغاني والموسيقى ()

☐

١٠ - المباريات الرياضية ()

☐

١١ - البرامج الثقافية ()

☐

١٢ - أخرى تذكر ()

س٢٩ : وإيه رأيك فى الحاجات اللى الراديو بيقيمها ؟

١ - كويسة (ينتقل إلى س٣١ مباشرة)

٢ - مش دايماً كويسة

٣ - سيئــــــــــــــــة

٤ - أخرى تذكر

☐

س٣٠ : وإيه اللى مش عجبك فى برامج الراديو؟

—

—

—

س٣١ : ومفروض الراديو يعمل إيه علشان يبقى أحسن من كده ؟

(لاتقرأ المتغيرات . ويمكن اختيار أكثر من بديل)

١ - يحسن من برامجه ويجعلها مفهومة ()

٢ - زيادة البرامج الثقافية والتوعية ()

٣ - زيادة البرامج الدينية والقرآن ()

٤ - زيادة الأغاني ()

٥ - برامج تهتم بمشاكل الناس أكثر ()

٦ - لأعرف ()

٧ - أخرى تذكر ()

☐☐☐☐☐☐☐

س٣٢ : ياترى إيه المحطات الإذاعية اللى بتحب تسمعها فى الراديو أكثر؟

—

—

—

—

☐

س٣٨ : طب سبق وبعث للإذاعة جواب أو شكوى أو اتصلت بيها لى سبب؟

١ - نعم

٢ - لا

س٣٩ : أنت شايف أن محطة الإذاعة لى بتفيديو أكثر واللامحطات الإذاعة الأخرى؟

☐

١ - الإذاعة المحلية

٢ - محطات الإذاعة الأخرى

س ٤٠ : ليه ؟

--

--

--

س٤١ : إيه اللى بتقدمه الإذاعة المحلية خاص بأمور محافظتكم ؟

--

--

--

س٤٢ : ياترى إنت شايف أن الإذاعة المحلية بتساعد فى حل مشاكلكم ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٤٥ مباشرة)

س٤٣ : زى إيه ؟

--

--

--

س٤٤ : وساعدت في حلها إزاي ؟

-
-
-

س٤٥ : إيه اللي ممكن تعمله الإذاعة دي علشان تساهم في حل المشاكل بتاعتكم ؟

-
-
-
-

س٤٦ : قولى إنت بتسمع إذاعات أجنبية؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٤٩ مباشرة)

س٤٧ : إيه هي الإذاعات دي ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

☐

()

- الإذاعة البريطانية (لندن)

☐

()

- صوت أمريكا

☐

()

- مونت كارلو

☐

()

- إسرائيل

☐

()

- إذاعات عربية

☐

()

- أخرى تذكر

س٤٨ : وإيه اللي عجبك فى الإذاعات دى ونفسك أن إذاعة مصر تعمل زيها؟

-
-
-

س٤٩ : أنت متعود تقرأ الجرائد ؟

☐

١ - نعم
٢ - أحيانا - ينتقل إلى س ٥٢ مباشرة)

٣ - لا (يسأل س ٥٠ ثم ينتقل إلى س ٧٠ مباشرة)

٤ - لايعرف القراءة والكتابة (ينتقل إلى س ٧٠ مباشرة)

س٥٠ : ياترى كنت بتقرأها قبل كده ويطلت دلوقتى؟

☐

١ - نعم (يسأل ٥١ وينتقل إلى س ٧٠ مباشرة)

٢ - لا (ينتقل إلى س ٧٠ مباشرة)

س٥١ : ويطلت تقرأها ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

☐

١ - لايجد وقت

☐

٢ - لا يستطيع شراءها

☐

٣ - لم تمد مفيدة

☐

٤ - يكتفى بالرايو والتليفزيون

☐

٥ - لاتصل إلينا بانتظام

☐

٦ - أخرى تذكر

س٥٢ : لوقعت فترة أسبوعين أو أكثر متقرأش جرايد ياترى يكون إيه إحساسك ؟

(لا تقرأ المتغيرات)

- ☐ ١ - أحس أن شيئاً ينقصنى ()
- ☐ ٢ - أحس أننى مش عارف حاجة فى الدنيا ()
- ☐ ٣ - أحس بعلم القدرة على الكلام مع الآخرين ()
- ☐ ٤ - ولا حاجة ()
- ☐ ٥ - أخرى تذكر ()

س٥٣ : ياترى إنت بتقرأ جريدة معينة ولا لاى جريدة ؟

- ☐ ١ - جريدة معينة (يكتب اسمها)
- ٢ - لاى جريدة

س٥٤ : ويتوصلك الجريدة إزاي ؟

- ☐ ١ - باشتريها
- ٢ - باستلفها من الآخرين
- ٣ - عامل اشتراك
- ٤ - أخرى تذكر

س٥٥ : ياترى بتقرأ جرائد من اللى بتطلعها الأحزاب ؟

- ☐ ١ - نعم
- ٢ - لا (ينقل إلى س٥٧ مباشرة)

س٥٦ : بتقرأها ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- | | | |
|--------------------------|-----|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بتقول رأى المعارضة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - بتفضح الفساد |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - أخبرها صحيحة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - بتجيب حاجات أنا راضى عنها |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - بتعبر عن مشاكل الناس |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - بتجيب حاجات مش فى الجرائد الثانية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٧ - أخرى تذكر |

س٥٧ : ليه ما بتقرأش الجرائد الحزبية (لاتقرأ المتغيرات)

- | | | |
|--------------------------|-----|---|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بتبالغ كثير |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - مفهش جنيد |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - أخبرها غير مهمة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - غالية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - لاأتمكن من الحصول عليها |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - لايجد وقتا |
| <input type="checkbox"/> | () | ٧ - مفيش فرق بينها وبين الجرائد الثانية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٨ - أخرى تذكر |

س٥٨ : ياترى إيه الموضوعات اللي بتحب تقرأها وتتابعها دائما فى الجرنال اللي

بتقرأه (من فضلك رتبها حسب أهميتها)

-
-
-

س٩٥ : ياترى إنت بتقرأ المجلات ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س ٦١ مباشرة)

س٦٠ : ممكن تقولى أسماء المجلات اللى بتفضل تقرأها ؟

-

-

-

-

س٦١ : ليه ما بتقرأش المجلات ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

☐

()

١ - ثمنها غالى

☐

()

٢ - لايجد وقتا

☐

()

٣ - غير مهمة

☐

()

٤ - مفيش فرق بينها وبين الجرائد

☐

()

٥ - أخرى تذكر

س٦٢ : طيب فيه جرنال بيطلع فى المحافظة اللى انتو تابعين لها ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٦٨ مباشرة)

س٦٣ : وإن كنت بتقرأ الجرنال ده ؟

☐

١ - نعم
٢ - أحيانا
٣ - لا

س٦٤ : ليه ميقرأش الجرنال ده ؟

-
-
-
-

س٦٥ : هل سبق فكرت تبعث للجرنال ده جواب أو شكوى أو تقول رأيك فيه فى حاجة
بتحصل فى بلدكم ؟

☐

١ - نعم
٢ - لا

س٦٦ : وإيه رأيك فى الجرنال ده ؟

-
-
-
-

س٦٧ : مقروض يعمل إيه عشان يبقى أحسن من كده ؟

-
-
-
-

☐

س٦٨ : تفتكر أنه مهم أن محافظتك تطلع جرنال خاص بها ؟

١ - نعم
٢ - لا

س٦٩ : لييه ؟

-
-
-

س٧٠ : طيب إنت متعود تسمع شرائط التسجيل ؟

- ١ - دايماً [(ينتقل إلى س٧٤ مباشرة)
٢ - أحياناً
٣ - لايسمعا
٤ - أخرى تذكر

س٧١ : ياترى كنت بتسمعا قبل كده ويطلت دلوقتي ؟

- ١ - نعم (يسأل س٧٢ ثم ينتقل إلى س٧٥)
٢ - لا (ينتقل إلى س٧٢ مباشرة)

س٧٢ : ويطلت تسمعا ليه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- ١ - لم يعد عنده مسجل
٢ - ليس لديه وقت
٣ - يفضل الاستماع إلى الراديو
٤ - يفضل مشاهدة التلفزيون
٥ - يفضل مشاهدة الفيديو
٦ - أخرى تذكر

س ٧٣ : وليه ما بتسمعش شرائط التسجيل ؟ (لاتقرأ المتغيرات)



١ - ليس عنده وقت

٢ - ليس لديه جهاز تسجيل

٣ - غير متعود عليها

٤ - أخرى تذكر

س ٧٤ : تقدر تقولى أسماء الشرائط اللي بتفضل دائماً تسمعها ؟

-

-

س ٧٥ : إنت متعود تتفرج على الفيديو ؟



١ - دائماً [ينقل إلى س ٧٩ مباشرة)
٢ - أحياناً]

٣ - لا

س ٧٦ : ياترى كنت بتتفرج عليه قبل كده وطلت دلوقتي ؟



١ - نعم (يسأل س ٧٧ وينقل إلى س ٨٤)

٢ - لا (ينقل إلى س ٧٨ ثم إلى س ٨٤ مباشرة)

س ٧٧ : وطلت تتفرج عليه إيه ؟ (لاتقرأ المتغيرات)



١ - لا يوجد وقت

٢ - ليس لديه فيديو

٣ - كلام فاضى

٤ - حرام الفرجة على الفيديو

٥ - أخرى تذكر



س٧٨ : وليه مابتتفرجش على الفيديو ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- ١ - لايوجد وقت
- ٢ - ليس لديه فيديو
- ٣ - التلفزيون بيحيب كل حاجة
- ٤ - كلام فاضى
- ٥ - أخرى تذكر



س٧٩ : طب أنت متعود تتفرج على الفيديو فين ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- ١ - فى البيت
- ٢ - عند الأصدقاء والجيران
- ٣ - فى المقهى
- ٤ - أخرى تذكر



س٨٠ : إيه اللي بتحب تتفرج عليه فى الفيديو أكثر ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- ١ - أفلام مصرية
- ٢ - أفلام هندية
- ٣ - أفلام ورقصات
- ٤ - أغاني ورقصات
- ٥ - مسلسلات
- ٦ - أخرى تذكر

س٨١ : ياترى حصل قبل كده وانفجرت فى الفيديو على فيلم بيورك طريقة جديدة فى رى أرضك أوزراعتها أو ازاي تستعمل حاجة جديدة؟

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س ٨٤ مباشرة)

س٨٢ : وإنت حسيت أنك استلقت من الفيلم ده؟

☐

١ - نعم

٢ - لا

س٨٣ : إزاي ؟

-

-

-

ثانياً ، فعالية أجهزة الإعلام واتجاهات الجمهور نحوها

س٨٤ : الواحد لو حب يشغل وقت الفاضى يشغله فى إيه أحسن ؟ (لاتقرأ التغيرات)

☐

١ - فى الدريشة

٢ - فى مشاهدة التلفزيون

٣ - فى الاستماع للراديو

٤ - فى قراءة الجرنال

٥ - فى مشاهدة الفيديو

٦ - فى الاستماع إلى التسجيل

٧ - أخرى تذكر

س ٨٥ : طرب الواحد لو عاوز يعرف إيه اللي بيجرى فى الدنيا ياترى يعمل إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات) (ويختار بديل واحد)



١ - يشاهد التلفزيون

٢ - يقرأ الجرايد

٣ - يسمع الراديو

٤ - يقعد مع الناس ويتكلم معاها

٥ - أخرى تذكر

س ٨٦ : لما يكون فيه موضوع الناس بتختلف عليه زى تنظيم الاسرة ، ياترى الناس فى

البلد بتصدق الكلام اللي بيقوله مين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)



١ - الرانسيو

٢ - التلفزيون

٣ - الجرائد

٤ - ماحدث فى البلد بيصدق حاجة من دى فى الموضوع ده

٥ - أخرى تذكر

س ٨٧ : ليه ؟

-

-

-

س ٨٨ : طب ويتصدق في تنظيم الأسرة مين أكثر من نول ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)



١ - شيخ الجامع

٢ - الطبيب

٣ - المدرس

٤ - العمدة

٥ - الدايعة

٦ - الجيران أو الاصدقاء

٧ - أخرى تذكر

س ٨٩ : ليه ؟

-

-

-

س ٩٠ : في رأيك الناس في البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟

١ - لا تستطيع الاستغناء عنه (يسال س٩٢)

٢ - تستطيع الاستغناء عنه
٣ - تستطيع الاستغناء عنه لفترة (يسال س٩١)

٤ - فيه ناس تستطيع وناس لا (يسال س٩٢)

س ٩١ : ليه يقدروا يستغنوا عن الراديو ؟ (لاتقرأ المتغيرات)



١ - ما فيش فيه حاجة تههم

٢ - كان زمان ودلوقتى ماعش

- ٣ - التلفزيون موجود دلوقتي
٤ - المسجلات والأغاني متوفرة دلوقتي
٥ - الجرائد بتغنى عن الراديو
٦ - أخرى تذكر

س ٩٢ : إنت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد أكثر من الراديو ؟

(لاتقرأ المتغيرات) (ويمكن اختيار أكثر من بديل)

- ١ - الفلاحون () ☐
٢ - العمال () ☐
٣ - الحرفيون (سمكرى - سباك - كهربائى - مكوجى) () ☐
٤ - المهنيين (محامى - مهندس - طبيب - معلم) () ☐
٥ - الموظفون () ☐
٦ - الطلاب () ☐
٧ - أخرى تذكر () ☐

س ٩٣ : طب الراديو بيفيد البلد هنا فى إيه ؟ (لاتقرأ المتغيرات) ويختار بديل واحد .

- ١ - الناس بتعرف منه اللي بيجرى فى الدنيا . () ☐
٢ - الناس بتعرف منه حقوقها () ☐
٣ - يبسلى الناس شوية عن مشاكلها () ☐
٤ - الناس بتعرف منه قرارات الحكومة () ☐
٥ - الناس بتتعلم من الراديو حاجات كثيرة () ☐
٦ - أخرى تذكر () ☐

س٩٤ : ياترى الواحد ممكن يستغنى عن التلفزيون ؟

☐

١ - ممكن

٢ - مش ممكن (ينتقل إلى س٩٦ مباشرة)

٣ - ممكن يستغنى عنه لفترة

س٩٥ : ليه ممكن الاستغناء عن التلفزيون ؟

(لاتقرأ المتغيرات)

☐

()

١ - هوزينة فى البيت ويس

☐

()

٢ - بيضيع الوقت ويلهى الناس عن شغلها

☐

()

٣ - مايبهتمش بمصالح وحاجات الناس فى البلد

☐

()

٤ - كلام فاضى

☐

()

٥ - أخرى تذكر

س٩٦ : ياترى التلفزيون مهم ليه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

☐

()

١ - بيسلى الناس

☐

()

٢ - الناس بتعرف منه أحوال الدنيا

☐

()

٣ - الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التلفزيون

☐

()

٤ - الناس بتعرف منه قرارات الحكومة

☐

()

٥ - بيطلع الواحد إزاي يتصرف صح

☐

()

٦ - أخرى تذكر

س : ٩٧ ياترى هل فيه موضوعات فى الجرائد بتحس لما بتقرأها أنك استفدت منها؟^(١)

☐

١ - نعم

٢ - لا (ينتقل إلى س٩٩ مباشرة)

س٩٨ : ممكن تقولى زى إيه ؟

-

-

-

س٩٩ : إيه اللي مايبيجيكش فى الجرائد ؟

-

-

س١٠٠ : تقدر تقولى بتستفاد من قراءتك للجريدة فى إيه عموماً؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

☐

()

١ - فى التسلية

☐

()

٢ - فى معرفة أحوال الدنيا

☐

()

٣ - فى خلق موضوعات للحوار مع الناس

☐

()

٤ - فى معرفة الحقوق وقضاء المصالح

☐

()

٥ - فى اتخاذ القرار الصحيح

☐

()

٦ - الواحد بيتقف نفسه

☐

()

٧ - أخرى تذكر

(١) ملحوظة الأسئلة من س٩٧ إلى س١٠٠ لاتوجه إلى الأميين ممن لايعرفون القراءة والكتابة من أفراد العينة .

س١٠١ : الناس فى البلد هنا لما تحب تعرف حاجة عن موضوع معين زى السفر بره

مثلا ياترى تعرف متين أكثر؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بييل واحد)



١ - من الراديو

٢ - من التلفزيون

٣ - فى الجرائد

٤ - الحاجات دى مايتقدش هنا فى الموضوع ده

س١٠٢ : لـــــــ

-

-

-

-

س١٠٣ : طب ويتعرف فى موضوع السفر بره من مين أكثر من دول ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بييل واحد)



١ - من شيخ البلد

٢ - من العمدة

٣ - من الطبيب

٤ - من المهندس

٥ - من المعارف

٦ - من مكاتب السفريات

٧ - أخرى تنكر

س١٠٤ : طب ولوكانت حاجة بخصوص زراعة صنف معين ياترى تعرفها مين أكثر ؟

(تقرأ المتغيرات ويختار بديل واحد)

☐

١ - الراديو

٢ - التلفزيون

٣ - الجرائد

٤ - المهندس الزراعى

٥ - الأهالى

٦ - بتوع الجمعية الزراعية

٧ - أخرى تذكر

س١٠٥ : انهو فى الحاجات اللي حاقواك عليها بيعبر عن مشاكل الناس أكثر ؟

وانهو مبيعبرش عنها خالص؟

☐
☐
☐

	تعبّر عن مشاكل الناس (١)	مش دايما (٢)	لا تعبّر (٣)
الصحف	-	-	-
الراديو	-	-	-
التلفزيون	-	-	-

س١٠٦ : تقدر تقولى إيه المشاكل المهمة اللي الراديو والتلفزيون والصحف ماتكلمتش

عنها؟

-

-

-

س١٠٧ : ياترى فى نظرك إزاي ممكن الصحف والراديو والتلفزيون تعبر عن مشاكل الناس هنا ؟ (لاتقرأ المتغيرات)

- | | | |
|--------------------------|-----|---|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بالنزول إلى الناس هنا فى القرية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - الاهتمام أكثر بالريف ومشاكله |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - بتنظيم برامج معينة للريف |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - بعقد الندوات واللقاءات وإجراء الأبحاث |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - مش عارف |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - أخرى تذكر |

ثالثا : الجوانب القيمة لدى المبحوثين

س١٠٨ : ياترى الراديو والتلفزيون والجرائد بتقول إيه عن الأرض الزراعية ؟

—
—
—
—

س١٠٩ : ويتقول إيه عن سفر الناس بره حلشان يشتغلوا ؟

—
—
—
—

س ١١٠ : ياترى الراديو والتلفزيون والجرائد لما بيتكلموا عن العمل وشغل الناس النهارده بيقولوا إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات والمبحوث يمكن أن يطرح أكثر من بديل)

- | | | |
|--------------------------|-----|--|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بتحب الناس فى العمل |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - بتشجيع الناس على العمل فى أى مهنة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - لاتناقش الموضوع ده |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - تتحدث عن البطالة بين الشباب |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - تتحدث عن تراخى الناس فى العمل وكسلها |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - بتحث الشباب على استصلاح الأراضى وتعمير الصحراء |
| <input type="checkbox"/> | () | ٧ - بتعلن عن الوظائف الخالية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٨ - أخرى تنكر |

س ١١١ : ياترى الراديو والتلفزيون والجرائد لما بيتكلم عن التعليم بتقول إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن للمبحوث أن يطرح أكثر من بديل)

- | | | |
|--------------------------|-----|--|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بتحث على التعليم |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - بتهمل الموضوع ده |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - بيتكلم عن مشاكل التعليم والدروس الخصوصية |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - بتعطي دروس للطلبة فى الراديو والتلفزيون |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - كلام غير موضوعى أو واقعى |
| <input type="checkbox"/> | () | ٦ - بتعرف الطلبة إزاي يذاكروا ويهتموا بدرسه |
| <input type="checkbox"/> | () | ٧ - بتقول للناس سياسة الحكومة فى التعليم |
| <input type="checkbox"/> | () | ٨ - الشهادات ماعدش لها لزمة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٩ - التعليم الفنى أحسن |
| <input type="checkbox"/> | () | ١٠ - مش عارف |
| <input type="checkbox"/> | () | ١١ - أخرى تنكر |

س١١٢ : ولما بتتكلم عن مساعدة الناس لبعضهم وتعاونهم بتقول إيه ؟

(لاتقرأ المتغيرات ويمكن اختيار أكثر من بديل)

- | | | |
|--------------------------|-----|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | () | ١ - بتحدث الناس على التعاون والمحبة |
| <input type="checkbox"/> | () | ٢ - لاتشجع على التعاون |
| <input type="checkbox"/> | () | ٣ - لاتتعرض للموضوع ده |
| <input type="checkbox"/> | () | ٤ - لأعرف |
| <input type="checkbox"/> | () | ٥ - أخرى تذكر |

س١١٣ : وبتقول إيه عن الانخار ؟

-
-
-
-

س١١٤ : ولما بتتكلم عن القرايب والى بيحصل بينهم وإزاي يتعاملوا مع بعض بتقول

إيه ؟

س١١٥ : وإيه رأيك فى الطريقة اللى بيتكلموا بيها عن القرية ؟

-
-
-
-

س١١٦ : إزاي

-
-
-

س١١٧ : طب ورأيك إيه فى الطريقة اللى بيتكلموا بيها عن الفلاحين ؟

-
-
-
-

س١١٨ : إزاي ؟

-
-
-
-

س١١٩ : ياترى إنت شايف أن الراديو والتليفزيون والجرائد بتأثر فى الناس ؟



١ - تؤثر

٢ - أحياناً

٣ - لا تؤثر (ينتقل إلى س١٢١ مباشرة)

س١٢٠ : بتأثر إزاي ؟

-
-
-

س١٢١ : ياترى سبق واتعمل فى بلنكوا اجتماع لئناقشة موضوع معين واللاعرض

سينما أو مسرح واللامرت عليكى قافلة ثقافية من الى بئتنقل من مكان للئانى ؟

☐

١ - نعم (يسال س١٢٢)

٢ - لا

س١٢٢ : وائت حضرت حاجة من دى ؟

☐

١ - نعم

٢ - لا

س١٢٣ : ليه ؟

-

-

-

رابعاً : بيانات أولية عن المبحوث

☐

١- النوع : نكر () أنثى ()

☐

٢- السن : (رقم حقيقى)

☐

٣- الحالة الاجتماعية

١ - أعزب ٢ - متزوج

٢ - أرمل ٤ - مطلق

٤ - الحالة التعليمية :

- ١ - أمسى
٢ - مؤهل نون المتوسط
٣ - مؤهل فوق المتوسط
٤ - مؤهل متوسط
٥ - مؤهل عال
٦ - مؤهل عال
٧ - أخرى تذكر

٥ - المهنة الأساسية :

- ١ - فلاح
٢ - حرفي
٣ - تاجر
٤ - موظف
٥ - مهني
٦ - عامل
٧ - طالب
٨ - أخرى

٦ - الميزة الزراعية

- ١ - يحوز
٢ - لا يحوز
٣ - حجم الميزة
٨ - نمط المعيشة

١ - يعيش في أسرة مستقلة

٢ - يعيش مع العائلة

٩- وصف المسكن

أ - الشكل العام :



١ - نمط تقليدي* ٢ - نمط حديث**

ب - عدد الطوابق :



ج - عدد الغرف

د - الإضاءة

١ - كهرباء ٢ - كيروسين ٢ - موقد

هـ - المياه

١ - شبكة ٢ - طلبية ٣ - أخرى تذكر

خامسا : ملاحظات الباحث عن المجهوث والمقابلة :

* نمط تقليدي : البيت المبني بالطوب اللبنى والطين ومرصع بالرخوس .
** نمط حديث : البيت المبني كله بالطوب الأحمر وبالأصدة الخرسانية وسقف بالاسلح .

ملحق رقم (۲)

جدول رقم (١)

العلاقة بين المصدر الأكثر ترويجاً للأخبار بين القرويين والمواقع الجغرافية

الموقع	وجه بحري		وجه قبلي		وجه إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
من الناس	١٤	٣	٨	١٩	٤٤	٧
التلفزيون	١١٤	٢٢	٥٧	١٦	١٥٨	٢٦
رأسي	٢٠	٤	٥	٨	٣٧	٧
جرائد	٢٢	٤	١٢	٢٢	١٧	٣
الإجمالي	١٧٠	٣٣.١	١٦.١	٣٢.١	٤٥.٩	٣٦

ك=٩٩

مستوى معنوية=٣٦ (ليست نالة)

جدول رقم (٢)

العلاقة بين المصدر الأكثر ترويحاً للأخبار بين القرويين والنوع

النوع	لكـ		أنتسى		إجمالي	
	كـ	%	كـ	%	كـ	%
من الناس	٢٥	٧٤	١٨	١١	٤٣	٨٠
		٤٩		٣٥		
من التلفزيون	٢١٤	٦٣	١٣٣	٧٨	٣٧٤	٦٨٣
		٤٢		٣٦		
من الراديو	٥٦	١٧	١٠	٦	٦٦	١٢٨
		١١		١٨		
من الجرائد	٤٣	١٣	١٠	٦	٥٣	١٠٤
		٨٥		٢		
الإجمالي	٣٣٨	١٠٠	١٧١	١٠٠	٥٠٩	١٠٠
		٦٥		٣٤		

٢٤ = ٢١٤

العلاقة دالة عند ٠.٠٠١

جدول رقم (٤)
العلاقة بين البنية ودرجة تعرض التروبيك لجهاز التمييز

البنية	فسلاح	حرفي	تأجير	موظف	مهنى	عامل	طالب	غير مدين	الإجمالي
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كل يقيم	١٤٨	٣	٤٣	١٢	٤٨	٣٥	٢٣	١	٢٥٨
يقيم	١٢٩	٤٣	٥٧	١٣	٤٨	٢٧	١١	-	٢١٨
لا يقيم	٢١	٧	-	٢	١	٦	٢	-	٢٣
الإجمالي	٢٩٨	١٠٠	١٤	٤٧	٢٥	٦٨	٣٥	١	٥٠٩

٣٢,٣% = ١
البنية ودرجة تعرض

العلاقة بين المصنعة وتفضيلات مساهمة التوزيع برامج التوزيع

२.४

جدول رقم (٦)

العلاقة بين النوع والتعرض للمسلسل العربي اليومي في التلفزيون

النوع	ذكور		إناث		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٩٤	٤٠.٩	١٣٤	٨٤	٢٨٩	٦٩.٢
أحيانا	٧٣	١٥.٤	٢٢	١٤	٩٥	٢٠
لا	٤٧	٩.٩	٤	٢	٥١	١٠.٨
الإجمالي	٣١٤	١٠٠	١٦٠	١٠٠	٤٧٤	١٠٠

ك = ٢٧.٤

العلاقة دالة عند ٠.٠٠١

• النسبة إلى مجموع الأفراد حسب النوع ممن يشاهدون برامج التلفزيون

جدول رقم (٧)

العلاقة بين النوع وتعرض القرويين لإعلانات التلفزيون

النوع	ذكور		إناث		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٢٤٦	٧٩	١٤٦	٩٢	٣٩٢	٨٣
أحيانا	٤١	١٢	٥	٣	٤٦	١٠
لا	٢٨	٨	٩	٤	٣٧	٧
الإجمالي	٣١٣	١٠٠	١٦٠	١٠٠	٤٧٣	١٠٠

ك = ١٥.٧

العلاقة دالة عند ٠.٠٠٤

• النسبة إلى مجموع الأفراد حسب النوع ممن يشاهدون برامج التلفزيون

جدول رقم (١١)
العلاقة بين الموقع الجغرافي ودرجة سماع القويين للراديو

الموقع	وجه بحري المتوسط		وجه قبلي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمي	٩٧	١٩,١	٢١	٢٨	١١٢	٤٩
حسب الظروف	٤٤	٨,٦	٣٦	٤٤	٧١	٣١
لا يسمعه	٢٩	٥,٧	١٥	١٨	٣٤	١٥
الإجمالي	١٧٠	٣٣,٤	٨٢	١٠٠	٢٥٢	١٠٠

١٢٠٥ = ٢
مستوى مخفية = ٠,٤

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين النوع والمضامين والبرامج التي يفضل القرويون سماعها في الراديو

النوع	لذكور		لإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار والتعليقات السياسية	١٤٢	٢٢.٣	٧٢	٧.٦	١٦٤	١٧.٦
المسلسلات الإذاعية	٦٥	١٠.٢	٥٧	١٩.٦	١٢٢	١٣.١
برامج المرأة والطفل	٥	٠.٨	٣٤	١١.٧	٣٩	٤.٢
برامج الإرشاد الزراعي	١٢	١.٩	١	٠.٣	١٣	١.٤
القرآن الكريم والبرامج الدينية	٢٢٧	٣٥.٧	٦٥	٢٢.٤	٢٩٢	٣١.٦
الإعــلانــات	١	٠.١	١	٠.٣	٢	٠.٢
برامج الجماهيرية	٢٨	٤.٥	١٥	٥.٣	٥٣	٥.٧
الأغاني والموسيقى	٤١	٦.٤	٢٢	٧.٦	٦٣	٦.٨
المباريات الرياضية	٦٦	١٠.٣	٥٧	١٩.٦	١٢٣	١٣.٣
البرامج الرياضية	١٧	٢.٧	-	-	١٧	١.٨
البرامج الثقافية	١٣	٢.٠	١١	٣.٩	٢٤	٢.٦
أخرى/تذكر	١١	١.٧	٥	١.٧	١٦	١.٧
المجموع	٨٣٨	١٠٠	٢٩٠	١٠٠	٩٢٨	١٠٠

جدول رقم (٥٨)

الملاحة بين البحيرة ومصر في الفترة من ١٩٦٥ إلى ١٩٦٦

البحيرة	فلاحة	مصرية	تاجوس	مختلف	مبني	عامل	طالب	غير مبني	إجمالي
مصري	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك
نفس	٥٣	٢٣	٣٩	٥٨	٤٥	٢٢	٤٦	٣٣	١٢٣
٢	١٣	٧	١٧	١٨	٤٤	١٥	٦	٥١	-
١٨٣	٧٧	٩١	٥	٤٧	١٣	٦٨	٢٠	٧٧	١٠٠
٤٤٦	١١	٢٧	٥	٥٤	١٣	٢٦	٤٩	٢	٧٨٦
٢٣٥	١٠٠	١٨	٤٠	١٠٠	١٩	١٠٠	٢٦	١٠٠	٤٠٩
٢٣٥	١٠٠	٤٧	١٢	٢٩	٥٧	١٠٠	١٤	١	٢

٢٣٥ = ١٠٠

الملاحة بين البحيرة ومصر ١٩٦٥-١٩٦٦

جدول رقم (١٧)

العلاقة بين المواقع الجغرافية ودرجة تعود القرويين على قراءة الجرائد

المواقع	وجه بحرى المنوفية		وجه قبلى		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٦٢	٣٦	١٨	٢٢	٨٠	٤١
أحيانا	٤٢	٢٥	٢٢	٢٧	٤٤	٢٢
لا	٢٥	١٥	٥	٦	٣٠	١٥
لا يعرف القراءة والكتابة	٤٠	٢٤	٣٧	٤٦	٧٧	٣٩
الإجمالى	١٦٩	٨٢	١٦٢	١٠٠	٣٣١	١٠٠

٢٢٠.٣٩ = ٢٢

مستوى معنوية = ٠.٠٠٢

مجلد رقم (۱۸)
العلاقة بين ائمة وادي القارة والروابي للمجلات العلمية

[illegible]

المادة 14 من القانون رقم 10 لسنة 1964

جدول رقم (١٩)

العلاقة بين النوع وتصور القرويين لتحسين شئ لشغل وقت الفراغ

النوع	تعدد		إنشآت		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
فى الدريشة	٢٩	٣٦	٨	٥	٣٧	٧٣
	١٢,٣		١,٦			
فى مشاهدة التليفزيون	٧٤	٢٥	٥٧	٣٤	١٣١	٢٦
	٨,٦		١١,٣			
فى الاستماع للرايو	٤٤	١٥	٧	٤	٥١	١٠,١
	٤,٩		١,٤			
فى قراءة الجرنال	٢١	٢٤	٧	٤	٢٨	٦,٥
	٧,٩		١,٤			
فى الاستماع للتسجيل	٥	٣٦	-	-	٥	١
	١٢,٣					
اخرى	١٦٦	٢٥	٩١	٥٣	٢٥٧	٥٠
	٨,٦		١٨,١			
الإجمالي	٣٣٩	١٥	١٧٠	١٠٠	٥٠٩	١٠٠
	٤,٩		٣٣,٧			

جدول رقم (٢٠)
العلاقة بين الموقع الجغرافي وقضاء وقت الفراغ

الموقع التصنيف	وجه بحري المنوفية		وجه قبلي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
في الريشة ٨	٢	٨	٢٠	٩	٢٧	٧
في مشاهدة التلفزيون ٢٩	٦	٢٤	١٤	٢٠	٢١	٢٦
في الاستماع للراديو ٢٥	٥	٧	٣	٧	٨	١٠
في قراءة الجرائد ١٦	٣	١٠	٢	٥	٢	٦
في مشاهدة الفيديو -	-	-	-	-	-	-
في الاستماع للتسجيل ٢	١	٣	-	-	-	١
لغيري ٨٩	١٨	٢٩	١١٣	٤٩	٢٥٧	٥٠
الإجمالي ١٦٩	١٠٠	٨١	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٥٠٩

٢٥٠١٥ = ٢
مستوى معنوية = ٠.٠٠٢٢

جدول رقم (٢١)

العلاقة بين الموقع الجغرافي ورأي القرويين في إمكانية الاستغناء عن الرافد

الموقع الرأى	وجه بحرى المنوفية مناوالة كفرمناوالة		وجه قبلى أبي جرج المودة		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
لاستطيع الاستغناء عنه ١٥٤	٣٠	٧٢	١٤	٦٩	٨٤	٤٣٩
تستطيع الاستغناء عنه ٩	٥	٣	١	١٢	٣	٨
تستطيع الاستغناء عنه لفترة ٢	١	١	١	٦	٣	١٢
فيه ناس تستطيع وناس لا ٥	٣	٦	٧	١٢	١	٥
الإجمالى	١٧٠	٨٢	١٠٠	٢٣١	١٠٠	٥٠٩

١٧٠٩٤ = ٧٤

مستوى معنوية = ٠.٠٥

$$L_{j+1} = T_{L_j}$$

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين النوع ودرجة إقرار القرويين بحدوث لقاءات الجمعية بالقرية

النوع	نكسر		أثنى		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٩٩	٢٩	٣٦	١٥	١٢٥	٢٤,٦
	١٩,٥		٥,١			
لا	٢٢٩	٧١	٤٥	٨٩	٢٨٤	٧٥,٤
	٤٧		٢٨,٣			
الإجمالي	٣٢٨	١٠٠	١٧٠	١٠٠	٥٠٩	١٠٠
	٦٦,٦		٣٣,٥			

ك = ١٩,٥

العلاقة بالة عند ٠,٠٠٠٨.

جدول رقم (٢٤)

العلاقة بين النوع ودرجة حضور القرويين لقاءات الجمعية

النوع	نكسر		أثنى		إجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٧٤	٧٣	١٠	٢٧	٨٤	٦٥,٦
	٥٧,٨		٧,٨			
لا	٢٧	٢٧	١٧	٨٣	٤٤	٣٤,٤
	٢١,١		١٣,٣			
الإجمالي	١٠١	١٠٠	٢٧	١٠٠	١٢٨	١٠٠
	٧٨,٩		٢١,١			

ك = ٤١,٩

العلاقة بالة عند ٠,٠٠٠٨.

مستقبل القرية المصرية
فعاليات بناء الاتصال في القرية المصرية
الواقع والتصور المستقبلي
التقرير الثاني

رقم الإيداع ١٢٠٧٠/١٩٩٥

977-5115-67-1

المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجناحية

